

ANALISIS SWOT PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR PT. PANASONIC GOBEL ENERGY INDONESIA (PECGI)

Thania Septiani¹, Daspar²
septianithania26@gmail.com¹
Universitas Pelita Bangsa

ABSTRAK

PT Panasonic Gobel Energy Indonesia (PECGI) merupakan entitas strategis dalam lanskap industri energi nasional dan regional, khususnya dalam produksi dan distribusi baterai serta sistem penyimpanan energi. Perusahaan ini menghadapi dinamika eksternal yang semakin kompleks, termasuk transisi energi, persaingan teknologi, dan perubahan regulasi lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis SWOT secara menyeluruh terhadap posisi bisnis PECGI dengan pendekatan studi kasus deskriptif kualitatif. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan utama dalam aspek teknologi dan reputasi global, serta peluang signifikan dari pertumbuhan permintaan energi terbarukan dan elektrifikasi transportasi. Namun, kelemahan internal seperti ketergantungan pada impor dan rendahnya inovasi lokal masih menjadi hambatan, ditambah tekanan eksternal dari persaingan internasional dan ketidakstabilan pasokan bahan baku. Melalui matriks SWOT dan pembobotan strategis, diketahui bahwa PECGI berada dalam kuadran strategi agresif, yang menuntut perusahaan untuk segera menerapkan strategi pertumbuhan berbasis inovasi dan ekspansi. Penelitian ini diakhiri dengan rekomendasi strategis yang difokuskan pada pengembangan produk ramah lingkungan, kolaborasi teknologi, dan ekspansi pasar ekspor.

Kata Kunci: SWOT, Panasonic, Strategi Bisnis, Industri Energi, Baterai.

ABSTRACT

PT Panasonic Gobel Energy Indonesia (PECGI) is a strategic entity in the national and regional energy industry landscape, particularly in the production and distribution of batteries and energy storage systems. The company is facing increasingly complex external dynamics, including energy transition, technological competition, and changes in environmental regulations. This study aims to conduct a comprehensive SWOT analysis of PECGI's business position using a qualitative descriptive case study approach. The results of the study show that the company has major strengths in terms of technology and global reputation, as well as significant opportunities from the growth in demand for renewable energy and transportation electrification. However, internal weaknesses such as dependence on imports and low local innovation are still obstacles, coupled with external pressures from international competition and instability in raw material supplies. Through the SWOT matrix and strategic weighting, it is known that PECGI is in the aggressive strategy quadrant, which requires the company to immediately implement a growth strategy based on innovation and expansion. This study concludes with strategic recommendations focused on the development of environmentally friendly products, technological collaboration, and export market expansion.

Keywords: SWOT, Panasonic, Business Strategy, Energy Industry, Battery.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri energi saat ini sangat dipengaruhi oleh perubahan paradigma global menuju ekonomi rendah karbon, serta transisi dari bahan bakar fosil ke energi bersih dan terbarukan. Di Indonesia, kebijakan pemerintah seperti Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2022 tentang Percepatan Pengembangan Energi Terbarukan menjadi katalis bagi tumbuhnya industri pendukung, termasuk produsen baterai dan penyimpanan energi.

PT Panasonic Gobel Energy Indonesia (PECGI), yang merupakan bagian dari Panasonic Group Jepang, memiliki spesialisasi dalam produksi dan distribusi baterai

untuk berbagai kebutuhan. Mulai dari rumah tangga, industri, hingga kendaraan listrik (EV). Dalam konteks ini, perusahaan perlu memiliki strategi bisnis yang adaptif dan berkelanjutan.

Analisis SWOT menjadi alat penting untuk memahami posisi PECGI di tengah dinamika industri dan mengidentifikasi langkah-langkah strategis berbasis keunggulan dan risiko yang dihadapi. Jurnal ini bertujuan untuk menyusun analisis SWOT yang mendalam dan mengkaji posisi strategis PECGI menggunakan matriks SWOT, pembobotan, dan pemetaan kuadran.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus terhadap PT Panasonic Gobel Energy Indonesia.

2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data diperoleh melalui :

- Studi literatur (jurnal, laporan industri, publikasi pemerintah)
- Data sekunder dari situs resmi perusahaan, media bisnis, dan laporan tahunan

3. Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan dalam beberapa tahap:

- Identifikasi faktor internal dan eksternal.
- Penyusunan matriks SWOT.
- Pembobotan (skoring) menggunakan metode IFE dan EFE.
- Pemetaan strategi pada kuadran SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2014), analisis SWOT adalah teknik sistematis untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats). SWOT membantu organisasi memahami situasi bisnisnya secara objektif dan menjadi dasar perumusan strategi.

Strengths (Kekuatan)

- Reputasi merek Panasonic sebagai simbol kualitas global
 - Teknologi canggih dan hemat energi
 - Infrastruktur distribusi nasional yang kuat
 - Sertifikasi kualitas dan komitmen terhadap produk ramah lingkungan
- Dukungan dari pusat R&D Panasonic di Jepang

Weaknesses (Kelemahan)

- Ketergantungan tinggi pada bahan baku dan komponen impor
- Biaya produksi relatif tinggi dibanding produsen regional
- Adaptasi terhadap transformasi digital manufaktur masih terbatas
- Inovasi produk domestik masih rendah
- Kurangnya penetrasi ke segmen kendaraan listrik lokal

Opportunities (Peluang)

- Peningkatan permintaan baterai untuk kendaraan listrik (EV)
- Regulasi pemerintah yang mendukung energi bersih dan kendaraan listrik
- Potensi kemitraan dengan startup teknologi energi lokal
- Ekspansi ke pasar Asia Tenggara
- Perkembangan infrastruktur charging station di Indonesia

Threats (Ancaman)

- Persaingan ketat dari produsen asal Tiongkok, Korea, dan India
- Fluktuasi nilai tukar yang berdampak pada biaya impor
- Ketidakpastian geopolitik yang memengaruhi rantai pasok
- Perubahan teknologi yang cepat
- Regulasi lingkungan yang semakin ketat dan menuntut efisiensi tinggi

2. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah instrumen lanjutan dari analisis SWOT yang menggabungkan faktor internal dan eksternal ke dalam empat strategi:

- SO (Strength-Opportunities): Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.
- WO (Weaknesses-Opportunities): Mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang.
- ST (Strength-Threats): Menggunakan kekuatan untuk menangkal ancaman.
- WT (Weaknesses-Threats): Strategi bertahan dengan meminimalisasi kelemahan dan menghindari ancaman

<p style="text-align: center;">Faktor Internal</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Faktor Eksternal</p>	<p>Strengths (Kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Reputasi merek Panasonic sebagai simbol kualitas global. 2. Teknologi canggih dan hemat energi. 3. Infrastruktur distribusi nasional yang kuat. 4. Sertifikasi kualitas dan komitmen terhadap produk ramah lingkungan. 5. Dukungan dari pusat R&D Panasonic di Jepang. 	<p>Weaknesses (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketergantungan tinggi pada bahan baku dan komponen impor. 2. Biaya produksi relatif tinggi dibanding produsen regional. 3. Adaptasi terhadap transformasi digital manufaktur masih terbatas. 4. Inovasi produk domestik masih rendah. 5. Kurangnya penetrasi ke segmen kendaraan listrik lokal.
<p>Opportunities (Peluang)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan permintaan baterai untuk kendaraan listrik (EV). 2. Regulasi pemerintah yang mendukung energi bersih dan kendaraan listrik. 3. Potensi kemitraan dengan startup teknologi energi lokal. 4. Ekspansi ke pasar Asia Tenggara. 5. Perkembangan infrastruktur charging station di Indonesia. 	<p>Strategi SO :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Memanfaatkan brand global Panasonic untuk ekspansi pasar baterai di Asia Tenggara. ● Gunakan kekuatan teknologi R&D Jepang untuk mengembangkan produk baterai untuk kendaraan listrik (EV). ● Kembangkan lini produk penyimpanan energi rumah tangga berbasis energi surya. 	<p>Strategi WO :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Lakukan kemitraan dengan startup energi lokal untuk meningkatkan inovasi produk domestik. ● Lokalisasi bahan baku dan komponen guna mengurangi ketergantungan impor. ● Modernisasi fasilitas produksi untuk menekan biaya operasional. ● Rekrut dan latih tenaga ahli lokal dalam pengembangan baterai EV.
<p>Threats (Ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan ketat dari produsen asal 	<p>Strategi ST :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Optimalisasi efisiensi produksi dan distribusi melalui teknologi 	<p>Strategi WT :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Diversifikasi pemasok global untuk menghadapi risiko

<p>Tiongkok, Korea, dan India.</p> <p>2. Fluktuasi nilai tukar yang berdampak pada biaya impor.</p> <p>3. Ketidakpastian geopolitik yang memengaruhi rantai pasok.</p> <p>4. Perubahan teknologi yang cepat.</p> <p>5. Regulasi lingkungan yang semakin ketat dan menuntut efisiensi tinggi.</p>	<p>Jepang untuk mengatasi persaingan harga.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Diferensiasi produk baterai ramah lingkungan sebagai respons atas regulasi lingkungan. ● Gunakan kekuatan distribusi untuk mempertahankan pangsa pasar dari serbuan produk baterai asing. 	<p>ketergantungan impor.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Implementasi digitalisasi manufaktur untuk efisiensi dan kontrol kualitas. ● Adaptasi model bisnis untuk menangkal ancaman disrupti teknologi. ● Pemetaan ulang target pasar untuk menghindari segmen kompetitif yang terlalu padat.
--	--	---

3. Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan perusahaan untuk bersaing dalam pasar melalui keunggulan produk, harga, inovasi, dan layanan. PEGGI memiliki daya saing yang tinggi karena brand global Panasonic, teknologi R&D dari Jepang, serta jaringan distribusi luas. Namun demikian, tantangan seperti biaya tinggi, minimnya inovasi lokal, dan kompetitor dari Tiongkok dan Korea mengharuskan perusahaan terus mengembangkan strategi kompetitif yang berkelanjutan.

Analisis Data

1. Matriks IFE dan EFE

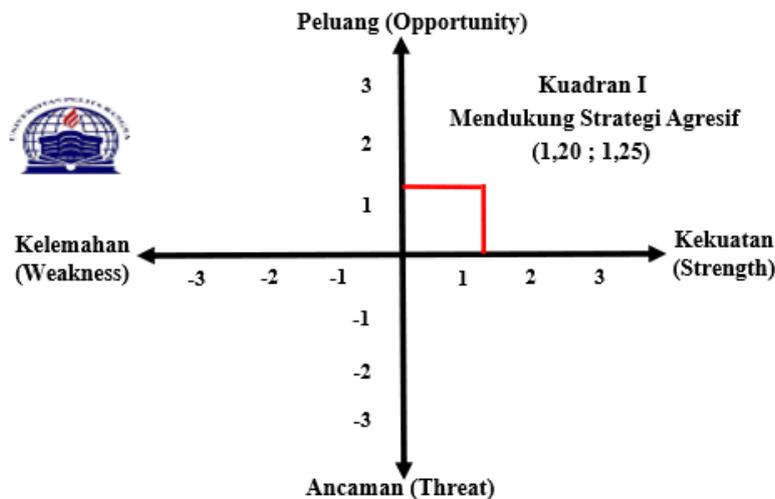
Tabel 1 Internal Factor Evaluation (IFE)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
1. Reputasi merek Panasonic sebagai simbol kualitas global.	0,20	3,00	0,60
2. Teknologi canggih dan hemat energi.	0,25	4,00	1,00
3. Infrastruktur distribusi nasional yang kuat.	0,20	3,00	0,60
4. Sertifikasi kualitas dan komitmen terhadap produk ramah lingkungan.	0,20	4,00	0,80
5. Dukungan dari pusat R&D Panasonic di Jepang.	0,15	4,00	0,60
Subtotal Strengths	1,00		3,60
1. Ketergantungan tinggi pada bahan baku dan komponen impor.	0,20	2,00	0,40
2. Biaya produksi relatif tinggi dibanding produsen regional.	0,20	2,00	0,40
3. Adaptasi terhadap transformasi digital manufaktur masih terbatas.	0,20	3,00	0,60
4. Inovasi produk domestik masih rendah.	0,20	3,00	0,60
5. Kurangnya penetrasi ke segmen kendaraan listrik lokal.	0,20	2,00	0,40
Subtotal Weaknesses	1,00		2,40
Total Skor			1,20

Tabel 2 Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
1. Peningkatan permintaan baterai untuk kendaraan listrik (EV).	0,20	3,00	0,60
2. Regulasi pemerintah yang mendukung energi bersih dan kendaraan listrik.	0,25	4,00	1,00
3. Potensi kemitraan dengan startup teknologi energi lokal.	0,15	3,00	0,45
4. Ekspansi ke pasar Asia Tenggara.	0,20	4,00	0,80
5. Perkembangan infrastruktur charging station di Indonesia.	0,20	3,00	0,60
Subtotal Opportunities	1,00		3,45
1. Persaingan ketat dari produsen asal Tiongkok, Korea, dan India.	0.20	2,00	0,40
2. Fluktuasi nilai tukar yang berdampak pada biaya impor.	0.15	2,00	0,30
3. Ketidakpastian geopolitik yang memengaruhi rantai pasok.	0.20	3,00	0,60
4. Perubahan teknologi yang cepat.	0.25	2,00	0,50
5. Regulasi lingkungan yang semakin ketat dan menuntut efisiensi tinggi.	0.20	2,00	0,40
Subtotal Threats	1,00		2,20
Total Skor			1,25

2. Kuadran



KESIMPULAN

Berdasarkan analisis SWOT, PT Panasonic Gobel Energy Indonesia memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal yang besar, sehingga berada dalam kuadran I (strategi agresif). Perusahaan perlu memanfaatkan posisi ini untuk memperkuat daya saing melalui inovasi produk, ekspansi pasar, dan efisiensi produksi. Daya saing Panasonic terletak pada reputasi global, teknologi unggul, dan kualitas produk, namun masih ada celah di sisi lokalitas dan ketergantungan pasokan impor.

Saran

- Pengembangan Inovasi Lokal
Dirikan pusat riset lokal yang fokus pada pasar Indonesia dan baterai EV.
- Efisiensi Biaya Produksi
Terapkan otomatisasi dan teknologi manufaktur terkini untuk menekan biaya.
- Strategi Ekspansi ASEAN
Gunakan kekuatan merek untuk membuka pasar baru di Asia Tenggara.
- Kemitraan Teknologi
Bangun sinergi dengan startup teknologi dalam pengembangan sistem penyimpanan energi.
- Green Marketing & Diferensiasi
Positioning produk sebagai solusi energi bersih dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F.R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education. Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Porter, M.E. (1996). What is Strategy? *Harvard Business Review*, November- December, 61–78.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wheelen, T.L., & Hunger, J.D. (2012). *Strategic Management and Business Policy*. Pearson Education.
- IEA. (2023). *Global EV Outlook 2023*. International Energy Agency.
- ESDM. (2023). *Rencana Umum Energi Nasional 2023*. Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral RI.
- Panasonic Indonesia.(2024).*Profil Perusahaan dan Laporan Tahunan*. www.panasonic.com/id.