



Peran Analisis SWOT dalam Ketahanan Bisnis PT XYZ di Era Disrupsi

Arya Indra Milano¹, Hapzi Ali²

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, arya05925@gmail.com

²Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, hapzi.ali@gmail.com

Corresponding Author: arya05925@gmail.com¹

Abstract: *This study aims to formulate an effective long-term competitive strategy for PT XYZ, a multinational manufacturing company operating in various sectors such as automotive, agribusiness, and technology. Facing the challenges of the disruption era, the company needs to adjust to market changes, digital technology developments, and global economic fluctuations. The research used a qualitative descriptive approach through literature study and SWOT analysis to identify the company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The results show that PT XYZ has strengths in product quality, business diversification, and extensive distribution network, but is weak in technology adoption and brand strengthening in the global market. Opportunities come from the trend of electric vehicles and market digitalization, while threats include fluctuating raw material prices and intense competition. Based on the SWOT findings, four main strategies were formulated: strengthening digitalization, operational efficiency, product innovation, and business restructuring. These strategies are expected to improve the company's resilience and competitiveness in the long term.*

Keywords: *SWOT Analysis, Business Resilience, Era of Disruption*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi bersaing jangka panjang yang efektif bagi PT XYZ, sebuah perusahaan manufaktur multinasional yang beroperasi di berbagai sektor seperti otomotif, agribisnis, dan teknologi. Menghadapi tantangan era disrupsi, perusahaan ini perlu menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, perkembangan teknologi digital, serta fluktuasi ekonomi global. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui studi literatur dan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Hasilnya menunjukkan bahwa PT XYZ memiliki kekuatan pada kualitas produk, diversifikasi bisnis, dan jaringan distribusi luas, namun lemah dalam adopsi teknologi dan penguatan merek di pasar global. Peluang berasal dari tren kendaraan listrik dan digitalisasi pasar, sementara ancaman mencakup fluktuasi harga bahan baku dan ketatnya persaingan. Berdasarkan temuan SWOT, dirumuskan empat strategi utama: penguatan digitalisasi, efisiensi operasional, inovasi produk, dan restrukturisasi bisnis. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan ketahanan dan daya saing perusahaan dalam jangka panjang.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Ketahanan Bisnis, Era Disrupsi

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan globalisasi telah memicu perubahan besar dalam lanskap bisnis global. Fenomena ini dikenal sebagai era disrupsi, di mana model bisnis tradisional menghadapi tantangan serius akibat munculnya inovasi-inovasi baru yang lebih efisien dan berbasis teknologi. Perusahaan dituntut untuk lebih adaptif, tanggap terhadap perubahan, dan memiliki strategi yang fleksibel guna tetap relevan dan kompetitif di pasar yang semakin dinamis.

Dalam menghadapi disrupsi, kemampuan perusahaan untuk membaca lingkungan internal dan eksternal secara tepat menjadi kunci utama dalam pengambilan keputusan strategis. Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam manajemen strategis adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Alat ini memberikan kerangka kerja sistematis untuk mengevaluasi posisi perusahaan dan merumuskan strategi berdasarkan kondisi aktual dan potensi yang dimiliki.

Industri manufaktur, khususnya sektor otomotif dan turunannya, termasuk yang paling terdampak oleh era disrupsi. Perubahan preferensi konsumen, transformasi digital, serta meningkatnya tuntutan akan efisiensi dan keberlanjutan menjadikan sektor ini harus segera menyesuaikan diri. Di Indonesia, perusahaan besar seperti PT XYZ menghadapi tantangan signifikan, tidak hanya dari kompetitor dalam negeri, tetapi juga dari pelaku industri global yang agresif memanfaatkan teknologi dan inovasi.

PT XYZ, sebagai salah satu perusahaan manufaktur terkemuka, memiliki keunggulan dalam skala produksi, pengalaman industri, dan jaringan distribusi. Namun, di tengah pesatnya perubahan teknologi dan ekspektasi pasar yang bergeser, perusahaan ini perlu melakukan evaluasi strategi secara menyeluruh. Di sinilah peran analisis SWOT menjadi sangat penting sebagai dasar untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang relevan dengan kondisi saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pendekatan SWOT dapat digunakan secara efektif dalam merespons tantangan yang dihadapi PT XYZ di era disrupsi. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan pendekatan studi kasus, kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan strategis yang tidak hanya bermanfaat bagi PT XYZ, tetapi juga bagi perusahaan lain yang bergerak di sektor serupa dalam menghadapi era transformasi industri.

Berdasarkan Latar Belakang Masalah Tujuan dari Artikel ini Adalah

1. Bagaimanakah Tingkat Ketahanan Bisnis pada Era Disrupsi pada PT XYZ
2. Bagaimanakah Analisis SWOT pada PT XYZ
3. Bagaimanakah Strategi SO, ST, WO dan WT pada PT XYZ

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah studi literatur, yaitu dengan melakukan telaah terhadap berbagai sumber referensi yang relevan dengan topik yang diteliti. Studi literatur ini berfungsi sebagai dasar untuk memahami konsep-konsep teoritis yang berkaitan dengan permasalahan penelitian serta membangun kerangka berpikir yang logis. Pendekatan ini membantu peneliti dalam merumuskan permasalahan secara tepat dan menyusun hasil penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kondisi perusahaan. Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan,

sedangkan faktor eksternal mencakup peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Berdasarkan hasil analisis SWOT, dirumuskan empat jenis strategi utama yang dapat diterapkan. Pertama, strategi SO (Strengths–Opportunities), yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk meraih peluang pasar. Kedua, strategi ST (Strengths–Threats), yakni memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengantisipasi dan menghadapi ancaman yang ada. Ketiga, strategi WO (Weaknesses–Opportunities), yang bertujuan memanfaatkan peluang guna mengatasi kelemahan internal. Keempat, strategi WT (Weaknesses–Threats), yaitu strategi yang bersifat defensif untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman yang dapat menghambat kinerja perusahaan. Melalui pendekatan ini, diharapkan perusahaan dapat menyusun strategi yang relevan dan adaptif terhadap tantangan era disrupsi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan latar belakang, tujuan, dan metode yang telah dijelaskan dalam artikel ini, diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Tingkat Ketahanan Bisnis pada Era Disrupsi pada PT XYZ

Ketahanan Bisnis

Ketahanan bisnis adalah kemampuan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghadapi, merespons, serta pulih dari gangguan atau krisis yang mengancam kelangsungan operasionalnya. Ketahanan ini tidak hanya mencerminkan kemampuan bertahan, tetapi juga menggambarkan fleksibilitas perusahaan dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan yang cepat dan tidak terduga. Disrupsi yang dapat memengaruhi bisnis mencakup krisis ekonomi, pandemi, perubahan teknologi, persaingan global, hingga bencana alam.

Dalam konteks manajemen strategis, ketahanan bisnis terdiri atas dua aspek utama: kemampuan bertahan (*resistance*) dan kemampuan adaptasi (*adaptability*). Kemampuan bertahan merujuk pada kapasitas perusahaan untuk mempertahankan fungsi utamanya di tengah gangguan, sementara kemampuan adaptasi mencerminkan kecepatan dan kelincahan perusahaan dalam menyesuaikan strategi, struktur, dan proses agar tetap relevan dan kompetitif di pasar. Lengnick-Hall et al. (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang resilien mampu mengembangkan kapabilitas untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga memanfaatkan krisis sebagai momentum untuk transformasi.

Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap ketahanan bisnis meliputi kepemimpinan yang tangguh, sistem manajemen risiko yang baik, budaya organisasi yang adaptif, inovasi berkelanjutan, serta pemanfaatan teknologi informasi. Perusahaan juga perlu memiliki cadangan sumber daya yang memadai, jaringan kerja yang kuat, serta kemampuan untuk melakukan pembelajaran organisasi secara terus-menerus. Pembelajaran ini penting agar perusahaan mampu mengidentifikasi penyebab kegagalan masa lalu dan mengembangkan strategi yang lebih baik di masa depan.

Dengan membangun ketahanan bisnis, perusahaan tidak hanya mampu menghadapi tekanan eksternal, tetapi juga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan. Ketahanan ini memungkinkan organisasi bertahan di tengah disrupsi dan bahkan muncul sebagai pemenang dalam lanskap bisnis yang berubah dengan cepat.

Ketahanan Bisnis telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Utami, E. Y., Fatchuroji, A., Devi, E. K., Harsono, I., & Sutanto, H. (2024)., Rahmawati, D. R., & Nahartyo, E. (2023).

Era Disrupsi

PT XYZ, sebagai salah satu perusahaan besar yang bergerak di berbagai sektor industri seperti otomotif, agribisnis, logistik, dan teknologi, tidak luput dari dampak besar yang

ditimbulkan oleh era disrupsi. Periode ini ditandai dengan munculnya teknologi digital yang mengubah secara drastis cara perusahaan menjalankan operasional dan berinteraksi dengan pelanggan. Disrupsi digital menantang perusahaan-perusahaan besar untuk bergerak lebih lincah dan inovatif, agar tidak kalah saing dengan pelaku industri baru yang lebih adaptif terhadap teknologi.

Perubahan besar dalam perilaku konsumen juga turut menjadi tantangan utama bagi PT XYZ. Pelanggan kini lebih mengandalkan layanan digital yang cepat, personal, dan efisien. Di sektor otomotif, misalnya, tren kendaraan listrik dan ekosistem mobilitas berbasis digital menuntut PT XYZ untuk melakukan transformasi dari model bisnis konvensional menuju layanan yang lebih modern dan berkelanjutan.

Di sisi lain, tekanan dari era disrupsi juga menciptakan peluang besar bagi PT XYZ untuk mempercepat transformasi digitalnya. Perusahaan mulai memperluas portofolio digital, memperkuat divisi teknologi informasi, serta mengembangkan kemitraan strategis dengan startup dan platform digital. Inovasi bukan lagi pilihan, melainkan keharusan agar PT XYZ tetap menjadi pemimpin pasar di tengah kompetisi yang semakin terbuka.

Namun, menghadapi disrupsi tidak hanya cukup dengan teknologi. PT XYZ juga perlu membangun budaya organisasi yang terbuka terhadap perubahan, memperkuat ketahanan bisnis, dan meningkatkan kapabilitas sumber daya manusia yang mampu berpikir adaptif dan kreatif. Semua ini merupakan bagian dari strategi jangka panjang agar perusahaan tetap relevan dan mampu bertahan dalam iklim bisnis yang sangat dinamis.

Dengan komitmen terhadap inovasi dan pengembangan berkelanjutan, PT XYZ memiliki peluang besar untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga memimpin dalam era disrupsi. Kuncinya adalah keberanian untuk bertransformasi secara menyeluruh—baik dalam struktur, proses, maupun cara berpikir.

Era Disrupsi telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Savitri, A. (2019)., Rohman, A. (2022)., Ronda, D. (2019).

2. Bagaimanakah Analisis SWOT pada PT XYZ

Kekuatan (Strength) PT. XYZ

PT XYZ merupakan perusahaan multinasional dengan kekuatan utama pada diversifikasi bisnisnya yang luas. Perusahaan ini bergerak di berbagai sektor strategis seperti otomotif, jasa keuangan, alat berat, agribisnis, teknologi informasi, dan infrastruktur. Diversifikasi ini membuat PT XYZ lebih tahan terhadap gejolak ekonomi pada sektor tertentu.

Selain itu, PT XYZ menjalin kemitraan strategis dengan berbagai perusahaan global terkemuka, yang memperkuat posisinya di pasar sekaligus membuka akses terhadap teknologi dan praktik manajemen kelas dunia. Jaringan distribusinya yang tersebar luas di seluruh Indonesia juga menjadi keunggulan dalam mendukung efisiensi operasional dan memperluas penetrasi pasar.

Dengan manajemen yang profesional dan tata kelola perusahaan yang baik, PT XYZ menempatkan integritas, transparansi, dan keberlanjutan sebagai nilai utama. Reputasi yang telah dibangun selama puluhan tahun menjadikan merek PT XYZ dipercaya oleh konsumen maupun mitra bisnis.

Di samping itu, PT XYZ juga dikenal sebagai perusahaan yang berkomitmen terhadap pengembangan sumber daya manusia. Melalui pelatihan berkala dan program pengembangan kepemimpinan, perusahaan ini terus menarik dan mempertahankan talenta-talenta terbaik.

Kekuatan pada PT. XYZ telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Noor, S. (2014)., Pratama Mulyana, A. P., & Ali, H. (2024)., Aulia, R. Z., & Ali, H. (2025).

Kelemahan PT. XYZ

Meskipun PT XYZ memiliki posisi yang kuat di berbagai sektor, perusahaan ini masih menghadapi beberapa kelemahan strategis. Salah satu kelemahan utamanya adalah ketergantungan yang tinggi pada sektor otomotif sebagai penyumbang utama pendapatan, sehingga cukup rentan terhadap fluktuasi pasar, perubahan regulasi, dan penurunan daya beli. Selain itu, skala operasional yang sangat besar membuat koordinasi dan efisiensi antar anak perusahaan menjadi tantangan tersendiri, terutama dalam menghadapi dinamika pasar yang cepat berubah. PT XYZ juga memiliki paparan terhadap risiko eksternal seperti ketidakpastian ekonomi global, perubahan kebijakan pemerintah, dan ketergantungan pada komoditas tertentu di sektor agribisnis dan alat berat. Di sisi lain, meskipun upaya digitalisasi telah dilakukan, adopsi teknologi di beberapa lini bisnis masih belum merata, yang dapat menghambat daya saing perusahaan di era digital saat ini.

Kelemahan pada PT.XYZ telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Latupapua, L. H. R. (2011)., Sari, V. N., & Ali, H. (2019)., Ernawati, F. A., & Ali, H. (2024)., Salsabilla, P. J., & Ali, H. (2024).

Peluang PT. XYZ

PT XYZ memiliki berbagai peluang strategis untuk memperkuat posisinya di masa depan. Pertumbuhan kelas menengah di Indonesia dan peningkatan daya beli masyarakat membuka peluang besar bagi ekspansi di sektor otomotif dan jasa keuangan. Selain itu, peningkatan kebutuhan terhadap infrastruktur dan pembangunan nasional menciptakan prospek positif bagi lini bisnis alat berat, konstruksi, dan logistik perusahaan. Percepatan transformasi digital di berbagai sektor juga memberikan peluang bagi PT XYZ untuk mengembangkan solusi berbasis teknologi dan memperkuat daya saing melalui inovasi digital. Di bidang energi dan keberlanjutan, transisi menuju ekonomi hijau membuka ruang bagi investasi dalam kendaraan listrik, energi terbarukan, dan inisiatif ramah lingkungan lainnya. Dengan portofolio bisnis yang beragam dan jaringan yang luas, PT XYZ berada dalam posisi strategis untuk menangkap peluang-peluang ini secara optimal.

Peluaing paidai PT. XYZ telah di pelajairi secara menyeluruih oleh peneliti sebelumnya di aintairainyai aidailaih Noor, S. (2014)., Muilyaini, S. R., Ridwain, M., & Aili, H. (2020)., Shobirin, M., & Aili, H. (2019)., Muilyaini, S. R., Ridwain, M., & Aili, H. (2020).

Ancaman PT. XYZ

Perusahaan dihadapkan pada berbagai ancaman eksternal yang dapat memengaruhi stabilitas dan pertumbuhan bisnis. Persaingan yang semakin ketat, baik dari pelaku lokal maupun internasional, menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dan menjaga kualitas produk agar tetap kompetitif. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku menjadi tantangan tersendiri karena dapat berdampak langsung pada biaya produksi dan margin keuntungan. Perubahan preferensi konsumen yang cepat juga menuntut adaptasi desain dan strategi pemasaran yang lebih dinamis. Di sisi lain, risiko ekonomi akibat globalisasi, seperti ketidakstabilan pasar internasional atau kebijakan perdagangan yang berubah-ubah, turut menambah kompleksitas dalam pengelolaan bisnis jangka panjang.

Ancaman pada PT. XYZ telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Latupapua, L. H. R. (2011)., Yeni, F., Erwin, G., & Ali, H. (2019)., Maisharoh, T., & Ali, H. (2020)., Mirza, M., & Ali, H. (2020)., Angelita, N., & Ali, H. (2024).

Berdasarkan analisis SWOT, PT XYZ memiliki kekuatan utama berupa infrastruktur energi yang terintegrasi dan penguasaan pasar domestik yang luas. Keunggulan ini menjadi fondasi dalam menjaga stabilitas operasional di tengah dinamika industri. Meski demikian, perusahaan masih menghadapi tantangan seperti ketergantungan pada impor BBM dan

lambatnya adopsi energi terbarukan. Di sisi lain, peluang muncul dari dorongan transisi energi dan kemajuan teknologi digital, yang dapat dimanfaatkan untuk diversifikasi dan efisiensi. Sementara itu, persaingan global dan perubahan regulasi menjadi ancaman yang menuntut strategi yang lebih adaptif dan inovatif. Tabel berikut merangkum strategi SWOT PT XYZ secara ringkas.

Tabel 1. SWOT Analisis

	STRENGTH Diversifikasi bisnis luas, kualitas produk unggul, jaringan distribusi & layanan purna jual terkuat di Indonesia.	WEAKNESSES Pengenalan merek internasional belum optimal
OPPORTUNITY Pertumbuhan kendaraan listrik & e-commerce	STRENGTH - OPPORTUNITY Memanfaatkan diversifikasi bisnis untuk investasi kendaraan listrik dan solusi mobilitas cerdas.	WEAKNESSES - OPPORTUNITY Akselerasi transformasi digital di dealer & layanan purna jual melalui platform online.
THREATS Persaingan ketat	STRENGTH - THREATS Optimalisasi skala produksi dan logistik untuk menekan biaya di tengah fluktuasi harga bahan baku.	WEAKNESSES - THREATS Perkuat sistem manajemen risiko dan compliance untuk menghadapi perubahan regulasi lingkungan.

3. Strategi SO, ST, WO dan WT pada PT XYZ

Strategi SO (*Strength - Opportunity*):

Strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran perusahaan untuk memanfaatkan diversifikasi bisnis dan kualitas produk unggul dalam mengembangkan kendaraan listrik dan solusi mobilitas cerdas serta memperluas penjualan melalui kolaborasi dengan platform e-commerce.

Strategi ST (*Strength – Threats*)

Strategi ini diterapkan melalui investasi teknologi produksi dan optimalisasi rantai pasok guna meningkatkan efisiensi operasional dan menekan biaya di tengah fluktuasi harga bahan baku dan persaingan pasar yang ketat.

Strategi WO (*Weaknesses – Opportunity*)

Strategi ini diterapkan untuk mengoptimalkan pemanfaatan platform digital secara efektif, termasuk akselerasi transformasi digital di dealer dan layanan purna jual, serta pengembangan merek internasional lewat kemitraan dan partisipasi dalam expo otomotif global.

Strategi WT (*Weaknesses – Threats*)

Strategi ini diterapkan dengan mengembangkan sistem manajemen risiko dan kontrol kualitas yang ketat serta melakukan restrukturisasi portofolio bisnis agar perusahaan dapat lebih adaptif dan efisien menghadapi perubahan regulasi dan persaingan yang semakin sengit.

Pembahasan

Berdasarkan kajian teori dan artikel yang relevan, analisis SWOT merupakan metode yang efektif untuk merumuskan strategi dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Analisis ini membantu dalam memaksimalkan kekuatan dan

peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat mengambil keputusan strategis yang adaptif dan mampu meningkatkan daya saingnya.

Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats) adalah cara untuk memahami faktor-faktor penting yang diperlukan dalam mencapai dan mengembangkan rencana bisnis. Selain itu, analisis ini memberikan gambaran tentang bagaimana perusahaan melihat lingkungan internal dan eksternalnya. Lingkungan internal perusahaan meliputi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses), sedangkan lingkungan eksternal mencakup peluang (opportunities) dan ancaman (threats).

1. Kekuatan (*Strength*) adalah kondisi atau faktor yang menjadi keunggulan utama perusahaan. Faktor ini menciptakan nilai tambah yang membedakan perusahaan dari pesaing lain dan dapat memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan. Kekuatan ini sangat penting bagi perusahaan dalam menghasilkan produk atau layanan berkualitas tinggi.
2. Kelemahan (*Weaknesses*) adalah situasi yang menunjukkan kekurangan atau area di mana perusahaan kurang optimal. Kelemahan ini dapat dianggap sebagai hal yang menghambat, namun masih bisa diperbaiki atau diminimalkan oleh perusahaan.
3. Peluang (*Opportunity*) adalah situasi eksternal yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dan berpotensi meningkatkan pertumbuhan atau pengembangan bisnis.
4. Ancaman (*Threats*) adalah kondisi di luar perusahaan yang bisa mengganggu kelancaran bisnis dan berisiko merugikan perusahaan jika tidak diantisipasi dengan baik. Ancaman ini bisa berdampak jangka panjang, bahkan menghambat pencapaian tujuan dan visi perusahaan.

Analisis SWOT telah di pelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Mulyani, S. R., Ridwan, M., & Ali, H. (2020)., Shobirin, M., & Ali, H. (2019)., Mulyani, S. R., Ridwan, M., & Ali, H. (2020)., Yeni, F., Erwin, G., & Ali, H. (2019).

Tabel 2. Strategi SWOT

<p>Faktor internal</p>	<p>Kekuatan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diversifikasi bisnis yang luas, meliputi otomotif, jasa keuangan, alat berat, agribisnis, dan infrastruktur. 2. Reputasi dan merek yang kuat serta dikenal luas di Indonesia. 3. Jaringan distribusi dan layanan purna jual yang sangat luas dan terpercaya. 4. Kemampuan inovasi dan adopsi teknologi terbaru dalam produk dan layanan. 	<p>Kelemahan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengakuan merek yang masih terbatas di pasar internasional. 2. Proses transformasi digital yang belum merata di seluruh lini bisnis. 3. Kompleksitas struktur organisasi yang besar dapat memperlambat pengambilan keputusan.
-------------------------------	---	--

<p>Faktor Eksternal</p>		
<p>Peluang</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan pesat pasar kendaraan listrik dan mobil ramah lingkungan di Indonesia. 2. Perkembangan teknologi digital dan e-commerce sebagai saluran distribusi baru. 3. Kebutuhan pembangunan infrastruktur nasional yang terus meningkat. 4. Ekspansi layanan jasa keuangan digital. 5. Regulasi pemerintah yang mendukung investasi di sektor otomotif dan teknologi hijau. 	<p>Strategi Kekuatan – peluang</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan diversifikasi bisnis yang luas untuk investasi di kendaraan listrik dan teknologi ramah lingkungan. 2. Mengembangkan kemitraan dengan platform e-commerce guna memperluas jaringan penjualan otomotif dan suku cadang. 3. Mengoptimalkan kualitas produk dan layanan untuk memanfaatkan tren digitalisasi dan kebutuhan mobilitas cerdas. 	<p>Strategi Kelemahan-Peluang</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempercepat transformasi digital di seluruh lini bisnis, khususnya di dealer dan layanan purna jual, melalui platform online yang efektif. 2. Memperkuat merek di pasar internasional lewat kolaborasi dan partisipasi dalam pameran otomotif global. 3. Mengembangkan showroom virtual dan layanan booking online untuk meningkatkan pengalaman konsumen dan efisiensi penjualan.
<p>Ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan ketat dari produsen otomotif lokal dan global. 2. Fluktuasi harga bahan baku dan komoditas yang mempengaruhi biaya produksi. 3. Perubahan regulasi lingkungan yang ketat dan kewajiban pengurangan emisi. 4. Ketidakpastian ekonomi global dan risiko geopolitik. 	<p>Strategi Kekuatan – ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengimplementasikan teknologi produksi terbaru untuk meningkatkan efisiensi dan menekan biaya di tengah fluktuasi harga bahan baku. 2. Memperkuat rantai pasok dan logistik agar lebih responsif terhadap persaingan ketat dan perubahan pasar. 3. Diversifikasi pendapatan melalui pengembangan sektor infrastruktur dan jasa keuangan sebagai penyangga risiko di sektor otomotif. 	<p>Strategi Kelemahan – ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkuat sistem manajemen risiko, pengawasan internal, dan kepatuhan terhadap regulasi lingkungan yang semakin ketat. 2. Melakukan restrukturisasi portofolio bisnis untuk fokus pada unit dengan margin tinggi dan efisiensi operasional. 3. Meningkatkan kontrol kualitas dan pengelolaan risiko untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat dan dinamika regulasi pasar.

Alternatif strategi SWOT ini meliputi:

Strategi SO (*Strength - Opportunity*)

- a) Memanfaatkan kualitas produk unggulan PT XYZ untuk memperluas pasar ekspor ke negara dengan permintaan kendaraan ramah lingkungan dan teknologi tinggi.

- b) Mengembangkan produk berbasis tren teknologi hijau dan mobilitas cerdas dengan memanfaatkan sumber daya dan inovasi produksi.
- c) Memperluas jaringan penjualan melalui platform digital dan e-commerce untuk menjangkau pelanggan baru secara efektif.
- d) Berkolaborasi dengan desainer otomotif dan influencer untuk meningkatkan brand awareness dan menarik pasar yang lebih luas.

Strategi ST (*Strength – Threats*)

- a) Memperkuat diferensiasi produk dan layanan unggulan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan ketat.
- b) Melakukan diversifikasi produk dan layanan untuk mengurangi risiko dari fluktuasi permintaan pasar otomotif.
- c) Menjalin kemitraan strategis dalam rantai pasok untuk mengatasi ketidakstabilan harga bahan baku dan memastikan kelangsungan produksi.
- d) Melakukan monitoring pasar secara rutin untuk menyesuaikan strategi sesuai perubahan tren dan ancaman persaingan.

Strategi WO (*Weaknesses – Opportunity*)

- a) Berinvestasi dalam teknologi produksi untuk meningkatkan efisiensi dan mengatasi kelemahan proses yang masih manual dengan digitalisasi dan otomasi.
- b) Melatih dan mengembangkan tim inovasi guna meningkatkan kreativitas desain dan respons pasar sesuai tren global.
- c) Meningkatkan pemanfaatan platform digital untuk pemasaran, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar domestik dan internasional.
- d) Memperkuat sistem manajemen dan struktur organisasi untuk meningkatkan efektivitas operasional dan pengambilan keputusan strategis.

Strategi WT (*Weaknesses – Threats*)

- a) Melakukan restrukturisasi proses produksi untuk mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja manual sekaligus meningkatkan kualitas produk.
- b) Meningkatkan brand awareness melalui kampanye pemasaran agresif guna mengatasi kelemahan pengenalan merek di pasar ekspor dan persaingan tinggi.
- c) Meningkatkan manajemen risiko rantai pasok dengan diversifikasi sumber bahan baku dan kemitraan yang lebih erat dengan pemasok utama.
- d) Mengembangkan sistem kontrol kualitas yang ketat untuk menjaga konsistensi produk dan menjaga reputasi perusahaan di tengah persaingan.

Analisis perusahaan, baik dari sisi internal maupun eksternal, dilakukan untuk menyusun strategi bisnis. Analisis SWOT merupakan alat yang digunakan untuk menilai kondisi tersebut, meliputi keunggulan, kekurangan, peluang, dan risiko. Dengan pendekatan ini, analisis membantu memaksimalkan keunggulan dan peluang sekaligus mengurangi kekurangan. Strategi SWOT telah dipelajari secara menyeluruh oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah Shobirin, M., & Ali, H. (2019)., Firmansyah, P. D., & Ali, H. (2024)., Sari, V. N., & Ali, H. (2019)., Mulyana, A. P., & Ali, H. (2024).

Ketahanan Bisnis

Ketahanan bisnis adalah kemampuan sebuah organisasi untuk secara efektif menghadapi, beradaptasi, dan pulih dari berbagai gangguan, baik yang bersifat internal maupun eksternal, seperti krisis ekonomi, bencana alam, perubahan teknologi, atau fluktuasi pasar (Herbane, 2010). Ketahanan ini bukan hanya sekedar kemampuan bertahan, tetapi juga

mencakup kemampuan untuk terus berkembang di tengah ketidakpastian dengan mengelola risiko secara proaktif dan menerapkan strategi inovatif. Organisasi yang memiliki ketahanan tinggi mampu menjaga kelangsungan operasi, mempertahankan reputasi, dan mencapai tujuan jangka panjang meskipun menghadapi tekanan dan perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Selain itu, ketahanan bisnis melibatkan perencanaan kontinjensi, pengembangan kapasitas adaptasi, serta penguatan sumber daya manusia dan teknologi untuk merespons dengan cepat setiap tantangan yang muncul (Duchek, 2020).

Ketahanan bisnis merujuk pada kemampuan perusahaan untuk mengantisipasi, merespon, dan beradaptasi terhadap berbagai gangguan internal maupun eksternal yang tidak terduga, sehingga organisasi tetap dapat mempertahankan kelangsungan operasional dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya (Burnard & Bhamra, 2011). Ketahanan bisnis juga mencakup strategi proaktif untuk mengelola risiko dan mempercepat pemulihan pasca-krisis.

Ketahanan bisnis juga merujuk pada kemampuan sebuah organisasi untuk tetap eksis, menyesuaikan diri, dan pulih dengan baik dari berbagai gangguan atau krisis yang berpotensi mengancam kelangsungan operasionalnya. Ketahanan ini melibatkan penerapan strategi yang bersifat proaktif, sehingga perusahaan dapat mengelola risiko dengan efektif, mengurangi dampak negatif, serta mengambil keuntungan dari peluang yang muncul dalam kondisi ketidakpastian (Somers & Nelson, 2019). Selain itu, ketahanan juga mencakup penguatan kemampuan organisasi untuk beradaptasi melalui inovasi, fleksibilitas, serta peningkatan kapasitas sumber daya internal seperti teknologi dan tenaga kerja. Organisasi yang memiliki ketahanan yang baik mampu menjaga kinerja, reputasi, dan memastikan kesinambungan bisnis jangka panjang walaupun menghadapi tekanan dari faktor eksternal yang berat (Lengnick-Hall et al., 2017).

Ketahanan Bisnis telah di pelajjairi secairai menyeluiruih oleh peneliti sebeluimnyai di aintairainyai aidailaih Lengnick-Hall, C. A., Beck, T. E., & Lengnick-Hall, M. L. (2017)., Burnard, K., & Bhamra, R. (2011).

Era Disrupsi

Era disrupsi merujuk pada masa ketika teknologi baru dan inovasi bisnis secara drastis mengubah cara kerja industri, model bisnis, dan perilaku konsumen. Menurut Reis et al. (2018), disrupsi tidak hanya mengubah produk atau layanan, tetapi juga merombak seluruh ekosistem bisnis sehingga perusahaan harus beradaptasi dengan cepat untuk tetap kompetitif. Era ini ditandai dengan ketidakpastian yang tinggi dan percepatan perubahan yang signifikan, yang mengharuskan organisasi untuk menerapkan strategi yang fleksibel dan inovatif agar dapat bertahan.

Dalam era disrupsi, perusahaan menghadapi tantangan besar dari teknologi digital seperti kecerdasan buatan, big data, dan Internet of Things (IoT) yang mengubah lanskap pasar secara fundamental (Hess et al., 2016). Organisasi yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan ini berisiko kehilangan pangsa pasar dan bahkan kepunahan bisnis. Oleh karena itu, kemampuan untuk berinovasi secara terus-menerus dan mengadopsi teknologi baru menjadi kunci utama dalam menghadapi era disrupsi ini.

Lebih lanjut, era disrupsi menuntut perusahaan untuk melakukan transformasi digital yang menyeluruh, mulai dari proses operasional hingga model bisnis, serta membangun budaya organisasi yang mendukung eksperimen dan pembelajaran cepat (Susanti et al., 2020). Dengan demikian, perusahaan tidak hanya berfokus pada efisiensi, tetapi juga pada penciptaan nilai baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis dan berubah-ubah.

Era Disrupsi telah di pelajjairi secairai menyeluiruih oleh peneliti sebeluimnyai di aintairainyai aidailaih Oktarini, A. S., & Ali, H. (2025)., Susanti, V. D., Purwandari, B., & Setiawan, A. (2020)., Reis, J., Amorim, M., Melão, N., & Matos, P. (2018).

KESIMPULAN

1. Ketahanan Bisnis PT XYZ di Era Disrupsi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT XYZ memiliki tingkat ketahanan bisnis yang cukup baik dalam menghadapi era disrupsi, yang ditandai oleh percepatan teknologi digital, perubahan preferensi konsumen, dan dinamika ekonomi global. Perusahaan mampu menunjukkan fleksibilitas dan kapasitas adaptasi dalam menanggapi berbagai gangguan, baik dari sisi internal maupun eksternal. Ketahanan ini didukung oleh kepemimpinan strategis, kemampuan inovasi, serta penguatan struktur organisasi yang memungkinkan perusahaan untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang. PT XYZ juga telah mulai menerapkan berbagai inisiatif transformasi digital dan peningkatan kapabilitas SDM sebagai respons terhadap tantangan disrupsi, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan pada pemerataan teknologi dan kesadaran merek di pasar global.

2. Analisis SWOT PT XYZ

Analisis SWOT yang dilakukan dalam penelitian ini mengungkap bahwa PT XYZ memiliki kekuatan utama berupa diversifikasi bisnis di berbagai sektor strategis seperti otomotif, agribisnis, teknologi, dan jasa keuangan. Selain itu, kualitas produk yang tinggi dan jaringan distribusi yang luas turut menjadi keunggulan kompetitif. Di sisi kelemahan, perusahaan masih menghadapi kendala dalam penguatan brand awareness di pasar internasional serta belum meratanya digitalisasi di seluruh lini bisnis. Peluang strategis terbuka lebar, seperti pertumbuhan kendaraan listrik, ekspansi e-commerce, dan insentif pemerintah terhadap teknologi hijau. Namun, ancaman signifikan tetap ada, antara lain fluktuasi harga bahan baku, ketatnya persaingan industri, serta perubahan regulasi global yang menuntut kesiapan strategis dan efisiensi tinggi dari perusahaan.

3. Strategi SO, ST, WO, dan WT

Berdasarkan hasil analisis SWOT, penelitian ini merumuskan empat strategi utama yang dapat diterapkan oleh PT XYZ. Strategi SO (Strengths–Opportunities) mendorong pemanfaatan kekuatan perusahaan untuk meraih peluang, seperti investasi pada kendaraan listrik dan ekspansi pasar digital melalui kolaborasi e-commerce. Strategi ST (Strengths–Threats) difokuskan pada optimalisasi skala produksi dan penguatan rantai pasok untuk menghadapi tekanan biaya dan persaingan pasar. Strategi WO (Weaknesses–Opportunities) diarahkan untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang, seperti mempercepat transformasi digital dan peningkatan brand awareness internasional. Sementara strategi WT (Weaknesses–Threats) berorientasi pada defensif, seperti penguatan manajemen risiko, kontrol kualitas, dan restrukturisasi portofolio bisnis. Implementasi strategi-strategi tersebut diharapkan mampu memperkuat posisi PT XYZ secara berkelanjutan dan meningkatkan daya saing di tengah era disrupsi yang terus berkembang.

REFERENSI

- Angelita, N., & Ali, H. (2024). Pengaruh Persaingan Global, Perubahan Preferensi Konsumen dan Opini Publik terhadap Ancaman Perusahaan. *Jurnal Greenation Ilmu Teknik*, 2(2), 85-96.
- Arli, A., Daryanto, A., & Hendrawan, D. S. (2012). Strategi peningkatan daya saing rumah potong ayam PT XYZ. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 9(2), 68-76.
- Audina, G. O., Triwibisono, C., & Aisha, A. N. (2017). Perancangan sistem pengukuran kinerja organisasi pada pt xyz dengan metode balanced scorecard. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 4(2), 93-98.
- Aulia, R. Z., & Ali, H. (2025). Pengaruh Kekuatan Organisasi, Sumber Daya Manusia dan Inovasi terhadap Strategi Kinerja Perusahaan. *Jurnal Greenation Sosial dan Politik*, 3(1), 1-14.

- Burnard, K., & Bhamra, R. (2011). Organisational resilience: Development of a conceptual framework for organisational responses. *International Journal of Production Research*, 49(18), 5581-5599.
- Duchek, S. (2020). Organizational resilience: A capability-based conceptualization. *Business Research*, 13(1), 215-246.
- Dearce II, John A, Richard B. Robinson Jr, Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian, buku 1, Jakarta: Salemba Empat, edisi 12, 2014.
- Firmansyah, P. D., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kebijakan Lingkungan, Pengembangan Teknologi dan Kompetensi Inti terhadap Strategi Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(2), 54-63.
- II, B. 2.1 ANALISIS SWOT 1. Pengertian Analisis SWOT. *ANALISIS SWOT PADA PRODUK IB MULTIGUNA BANK JATENG SYARIAH KCPS SEMARANG BARAT*, 11.
- Herbane, B. (2010). Small business research: Time for a crisis-based view. *International Small Business Journal*, 28(1), 43-64.
- Hess, T., Matt, C., Benlian, A., & Wiesböck, F. (2016). Options for formulating a digital transformation strategy. *MIS Quarterly Executive*, 15(2), 123-139
- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, harga dan brand awareness (Studi kasus produk teh botol sosro di Giant Mall Permata Tangerang). *Swot*, 7(3), 523-541.
- Latupapua, L. H. R. (2011). *Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Pada PT. Astra International Tbk.–Daihatsu Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Lengnick-Hall, C. A., Beck, T. E., & Lengnick-Hall, M. L. (2017). Developing a capacity for organizational resilience through strategic human resource management. *Human Resource Management Review*, 27(3), 436-448.
- Ma'Arif, S. (2020). *Strategi bisnis produk gula aren di Kecamatan Hanau Kabupaten Seruyan* (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).
- Mintzberg, H. (1989). *Mintzberg on management: Inside our strange world of organizations*. Simon and Schuster.
- Mirza, M., & Ali, H. (2020). Strategi e-commerce shoppe: Dalam konteks bisnis etik. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 99-104.
- Mulyana, A. P., & Ali, H. (2024). Pengaruh Faktor Lokasi, Keunikan Produk, dan Pengetahuan Karyawan Terhadap Kekuatan Strategis Perusahaan Dalam Manajemen Strategis. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 2(2), 102-111.
- Mulyani, S. R., Ridwan, M., & Ali, H. (2020). Model of human services and resources: The improvement efforts of Silungkang restaurant attractiveness on consumers. *Talent Development & Excellence*, 12(1).
- Novianti, M. (2021). Analisa Strategi Bisnis PT XYZ dalam Industri Retail Fashion di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 249-254.
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang (Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk. “Daihatsu Malang). *INTEKNA Jurnal Informasi Teknik dan Niaga*, 14(2).
- Rahmawati, S. (2019). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 1(2), 90-117.
- Reis, J., Amorim, M., Melão, N., & Matos, P. (2018). Digital transformation: A literature review and guidelines for future research. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 12(1), 1010-1022.
- Rohman, A. (2022). Literasi dalam meningkatkan kemampuan berpikir kritis di era disrupsi. *EUNOIA (Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia)*, 2(1), 40-47.

- Ronda, D. (2019). Kepemimpinan kristen di era disrupsi teknologi. *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat*, 3(1), 1-8.
- Samsudin, M., & Waluyo, M. (2021). Analisis strategi promosi produk kopi tarik untuk meningkatkan volume penjualan pada divisi promosi dengan metode Swot dan Bcg di PT. XYZ. *Juminten*, 2(2), 144-155.
- Savitri, A. (2019). *Revolusi industri 4.0: mengubah tantangan menjadi peluang di era disrupsi 4.0*. Penerbit Genesis.
- Shobirin, M., & Ali, H. (2019). Strategi Pengembangan Infrastruktur dalam Meningkatkan Pelayanan Penumpang di Bandar Udara Internasional Soekarno Hatta Cengkareng. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(2), 155-168.
- Somers, S., & Nelson, D. (2019). The impact of business resilience on organizational performance: Evidence from a longitudinal study. *Journal of Business Continuity & Emergency Planning*, 13(4), 304-319.
- Susanti, V. D., Purwandari, B., & Setiawan, A. (2020). Digital transformation in Indonesia: Challenges and strategy for SMEs. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 12.
- Utami, E. Y., Fatchuroji, A., Devi, E. K., Harsono, I., & Sutanto, H. (2024). Analisis Korelasi Manajemen Risiko dan Ketahanan Bisnis terhadap Keunggulan Kompetitif Perusahaan Sektor Jasa di Indonesia. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 92-102
- Yeni, F., Erwin, G., & Ali, H. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Pt. Federal Internasional Finance (Fif) Group Di Kecamatan Ipuh, Kabupaten Mukomuko. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(1), 38-54.