

Analisis IFAS dan EFAS Produk Elektronik Berbahan Dasar Karet di PT Fitria Jaya Lestari Melalui Metode SWOT

IFAS and EFAS Analysis Of Rubber-Based Electronic Products at PT Fitria Jaya Lestari Through SWOT Method

Vandiana Yuliansyah^{1*}, Murwan Widyantoro², Ratih Kumala Sari³

^{1,2,3}Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: Vandiana.Yuliansyah17@mhs.ubhasrajaya.ac.id

Abstrak

Analisis Ifas Dan Efas Produk Elektronik Berbahan Dasar Karet Di PT Fitria Jaya Lestari Melalui Metode SWOT. produk elektronik, terdapat empat jenis produk karet khusus untuk elektronik yang memiliki tingkat produksi yang berbeda-beda. Keempat produk ini adalah Mounting Grommet, Wire Bush, Rubber Sheet dan Isolator Duro. Dari keempat produk tersebut, ada dua di antaranya yang diproduksi secara lebih sering, yaitu Mounting Grommet dan Rubber Sheet, sementara dua lainnya, Wire Bush dan Isolator Duro, jarang diproduksi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan Kuantitatif yang bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengamatan, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Analisis SWOT, melalui Matriks SWOT, IFAS, EFAS, serta Diagram SWOT. Hasil penelitian menunjukkan secara Matriks SWOT, Produk karet Elektronik memiliki berbagai kekuatan dan peluang yang lebih menguntungkan jika dibandingkan dengan kelemahan dan ancaman yang dapat mempengaruhi posisi PT. Fitria Jaya Lestari saat ini dapat kemajuan tujuan yang ingin dicapai. Secara IFAS, Produk karet Elektronik mempunyai kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelemahannya yang dimilikinya dengan selisih antara kekuatan dan kelemahan mencapai 0,79. Secara EFAS, Produk karet Elektronik mempunyai peluang yang cukup besar dibandingkan ancaman yang dapat mengganggu perusahaan dengan selisih antara peluang dan ancaman mencapai 0,90. Secara Diagram SWOT, produk karet elektronik berada pada posisi Kuadran I atau agresif. Posisi tersebut memiliki bobot nilai yang baik pada lingkungan internal pada posisi kekuatan serta bobot nilai yang baik juga pada lingkungan eksternal pada posisi peluang.

Kata Kunci: IFAS, EFAS, SWOT.

Abstract

Analysis of Ifas and Efas of Rubber-Based Electronic Products at PT Fitria Jaya Lestari Using the SWOT Method. electronic products, there are four types of rubber products specifically for electronics that have different production levels. These four products are Mounting Grommet, Wire Bush, Rubber Sheet and Duro Isolator. Of the four products, two of them are produced more frequently, namely Mounting Grommet and Rubber Sheet, while the other two, Wire Bush and Duro Isolator, are rarely produced. In this study, the author uses a descriptive quantitative approach. The data collection technique used in this study uses observation, interview, and documentation techniques. The data analysis technique used in this study uses SWOT Analysis, through the SWOT Matrix, IFAS, EFAS, and SWOT Diagrams. The results of the study show that based on the SWOT Matrix, Electronic rubber products have various strengths and opportunities that are more profitable when compared to the weaknesses and threats that can affect the position of PT. Fitria Jaya Lestari is currently able to achieve the desired goals. According to IFAS, Electronic Rubber Products have higher strengths compared to their weaknesses with a difference between strengths and weaknesses reaching 0.79. According to EFAS, Electronic Rubber Products have quite large opportunities compared to threats that can disrupt the company with a difference between opportunities and threats reaching 0.90. According to the SWOT Diagram, electronic rubber products are in Quadrant I or aggressive. This position has a good value weight in the internal environment in the strength position and a good value weight in the external environment in the opportunity position.

Keyword: IFAS, EFAS, SWOT.

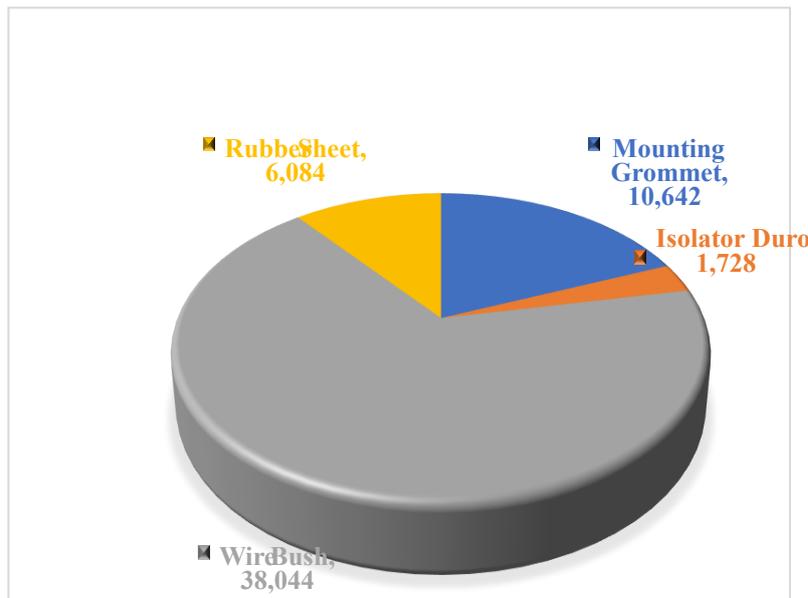
1. Pendahuluan

Di ranah kehidupan sehari-hari, berbagai produk berbasis karet sering ditemui. Karet, polimer alami yang berasal dari getah lateks pohon karet (*Hevea brasiliensis*), terkenal dengan sifat elastisnya dan menemukan kegunaan dalam banyak produk secara global, mulai dari industri hingga domestik.

Beberapa produk karet memiliki potensi untuk didaur ulang atau digunakan kembali. Ketika mendaur ulang produk karet untuk tujuan lain, biasanya diubah menjadi bubuk karet menggunakan berbagai bahan baku seperti Kalsium Karbonat, minyak parafin, asam stearat, karbon hitam, dan belerang, yang umumnya digunakan sebagai aditif dalam produk karet yang berbeda.

Produk Karet untuk Elektronik, dalam industri elektronika yang semakin berkembang dimana terdapat sedikit suku cadang untuk perangkat elektronik, diperlukan kondisi yang lebih sederhana untuk setiap suku cadangnya. Maka produk karet yang direkatkan dengan ikatan logam/*rubber to metal* juga semakin dibutuhkan karena selain bentuknya yang lebih kompak juga akan memberikan keamanan yang lebih baik. Berikut adalah macam-macam produk yang di produksi di PT. Fitria Jaya Lestari.

Total Produksi Produk Elektronik Tahun 2019-2022



Sumber: PT. Fitria Jaya Lestari

Gambar 1. Produksi Produk Elektronik dari Tahun 2019-2022

Terlihat dari diagram pie di atas bahwa jumlah produksi keempat produk tersebut dari tahun 2019 hingga 2022 mengalami perbedaan yang signifikan. Wire bush adalah produk dengan produksi tertinggi, mencapai 38.044 unit, diikuti oleh mounting grommet dengan jumlah 10.642 unit. Rubber sheet berada di posisi ketiga dengan 6.084 unit, sementara isolator duro memiliki produksi terendah yaitu 1.728 unit. Dengan perbandingan ini, terdapat kemungkinan bahwa produk dengan jumlah produksi tertinggi, seperti wire bush, bisa menjadi faktor yang kuat bagi PT. Fitria Jaya Lestari dalam konteks penelitian ini.

Analisis SWOT juga membantu organisasi atau individu untuk mengidentifikasi posisi dan kondisi saat ini, serta merencanakan strategi berdasarkan informasi yang ditemukan. Ini adalah alat yang populer digunakan dalam perencanaan strategis, pengembangan bisnis, evaluasi proyek, dan pengambilan keputusan, karena membantu dalam merumuskan rencana tindakan berdasarkan wawasan menyeluruh tentang faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja atau tujuan tertentu. SWOT berasal dari empat unsur utama yaitu Kekuatan *Strengths*, Kelemahan *Weaknesses*, Peluang *Opportunities* dan Ancaman *Threats*. Dalam analisis SWOT, perbandingan antara strategi berdasarkan kekuatan dan kelemahan dengan peluang dan ancaman dapat dilakukan melalui pendekatan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS).

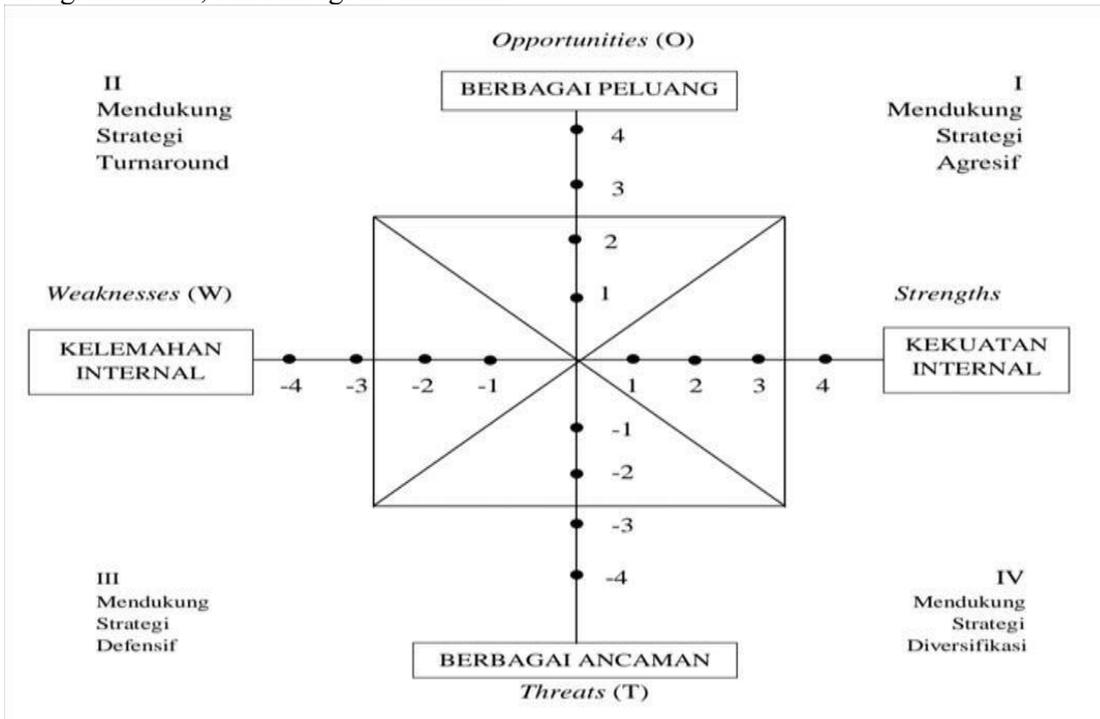
Dalam jurnal Hanafie, Syarifuddin, Khasmarullah, (2019) hasil penelitian ini menggunakan bauran pemasaran dan analisis SWOT pada perusahaan CV. Lonna Kami Indo Kopi mengalami perkembangan pemasaran sebesar 1% dengan penerapan strategi yang telah disusun berdasarkan faktor analisis *internal* dan *eksternal*.

2. Metode

Adapun yang menjadi objek penelitian ini yaitu untuk menentukan strategi yang digunakan dalam memasarkan produk dengan menggunakan analisis SWOT sehingga penelitian ini berjudul produk elektronik berbahan dasar karet di PT. Fitria Jaya Lestari Melalui Metode SWOT.

Analisis SWOT memerlukan identifikasi metodis faktor-faktor penting dalam merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berakar pada evaluasi kekuatan dan peluang, sementara juga mengatasi kelemahan dan ancaman. Pengambilan keputusan strategis dan kebijakan perusahaan diinformasikan oleh analisis ini. Akibatnya, aspek strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) memerlukan analisis menyeluruh selama perencanaan strategis, suatu proses yang dikenal sebagai analisis situasional. Model yang diterima secara luas untuk analisis situasional adalah analisis SWOT yang dikembangkan oleh Rangkuti Puspitasari, dkk (2016).

Studi ini menggambarkan bahwa kinerja perusahaan dipengaruhi oleh perpaduan faktor internal dan eksternal, yang keduanya penting dalam analisis SWOT. Setelah menyelesaikan analisis SWOT, langkah selanjutnya melibatkan pemilihan strategi. Strategi hibah dapat diidentifikasi dengan memeriksa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan, yang mencakup strategi pertumbuhan, strategi stabilitas, strategi kontraksi, dan strategi diversifikasi.



Gambar 2. Analisis SWOT

- **Kuadran I:** Situasi ini sangat menguntungkan, ditandai dengan perusahaan yang memiliki peluang dan kekuatan, memungkinkannya untuk memanfaatkan prospek yang ada. Pendekatan yang direkomendasikan dalam skenario ini adalah untuk mendukung strategi berorientasi pertumbuhan yang kuat.
 - **Kuadran II:** Meskipun menghadapi ancaman tertentu, perusahaan masih mempertahankan kekuatan internal. Strategi yang diusulkan melibatkan memanfaatkan kekuatan ini untuk memanfaatkan peluang jangka panjang melalui strategi diversifikasi yang berfokus pada produk/pasar.
 - **Kuadran III:** Sementara menghadapi peluang pasar yang substansif, perusahaan juga bergulat dengan kendala dan kelemahan internal. Kondisi bisnis di kuadran ketiga memiliki kemiripan dengan tanda tanya yang digambarkan pada matriks BCG. Penekanan strategis bagi perusahaan terletak pada mitigasi tantangan internal untuk meningkatkan kemampuannya untuk merebut peluang yang menguntungkan.
 - **Kuadran IV:** Dalam skenario yang sangat tidak menguntungkan ini, perusahaan dihadapkan dengan berbagai ancaman dan kelemahan internal. Matriks SWOT berfungsi sebagai alat untuk mengatur elemen strategis perusahaan, menjelaskan bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat selaras dengan kekuatan dan kelemahan internal. Matriks ini menyajikan empat pilihan strategis potensial.
- Mengikuti kategorisasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman produk karet elektronik, analisis SWOT dilakukan untuk memanfaatkan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Kekuatan dalam karet elektronik sangat penting dalam menentukan kemampuan operasionalnya. Kekuatan ini termasuk mempertahankan citra perusahaan yang positif, menumbuhkan budaya perusahaan yang sehat, meningkatkan moral karyawan, dan menawarkan harga yang kompetitif.

Tabel 1. Matriks SWOT Karet Elektronik

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>KEKUATAN (S)</p> <p>1) Kehadiran Pasar yang Kuat di Kota Bekasi.</p> <p>2) Keahlian Teknis dalam Pembuatan Karet Elektronik.</p> <p>3) Konsistensi dalam Inovasi Produk.</p> <p>4) Basis Pelanggan yang Setia dan Terpercaya.</p>	<p>KELEMAHAN (W) 1)</p> <p>Ketergantungan Tinggi pada Pasar Lokal.</p> <p>2) Rentang Produk yang Terbatas.</p> <p>3) Kerentanan dalam Rantai Pasokan.</p> <p>4) mengadopsi teknologi baru yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk bersaing secara efektif di pasar.</p>
<p>PELUANG (O)</p> <p>1) Peluang Ekspansi ke Kota-kota Tetangga atau Pasar Internasional.</p> <p>2) Diversifikasi Rangkaian Produk untuk Berbagai Industri.</p> <p>3) Integrasi Teknologi yang Muncul ke dalam Produk Karet Elektronik.</p> <p>4) Fokus pada Pengembangan Produk Karet Elektronik Ramah Lingkungan.</p>	<p>STRATEGI SO</p> <p>1. Strategi Ekspansi Pasar : Menggunakan kekuatan kehadiran pasar yang kuat di Kota Bekasi untuk memperluas ke kota-kota tetangga atau pasar internasional.</p> <p>2. Strategi Diversifikasi Produk : Meningkatkan keahlian teknis untuk diversifikasi rangkaian produk karet elektronik, memanfaatkan basis pelanggan yang setia.</p>	<p>STRATEGI WO</p> <p>1. Strategi Diversifikasi Produk Lokal : Menciptakan variasi produk karet elektronik yang sesuai dengan kebutuhan pasar lokal, mengatasi ketergantungan pada pasar lokal.</p> <p>2. Strategi Optimalisasi Rantai Pasokan : Menanggulangi rentang produk terbatas dengan mengoptimalkan rantai pasokan untuk meningkatkan kemampuan produksi dan pengiriman.</p>
<p>ANCAMAN (T) 1)</p> <p>Peningkatan Persaingan dari Perusahaan Sejenis.</p> <p>2) Gangguan Teknologi yang Cepat.</p> <p>3) Perubahan Peraturan, Terutama Standar Lingkungan.</p> <p>4) Dampak Tren Ekonomi Global pada Permintaan Produk Karet Elektronik.</p>	<p>STRATEGI ST</p> <p>1. Strategi Peningkatan Kualitas dan Inovasi : Mempertahankan keunggulan keahlian teknis dengan fokus pada inovasi produk dan peningkatan kualitas untuk menghadapi peningkatan persaingan.</p> <p>2. Strategi Kerjasama Industri : Menggandeng perusahaan teknologi lain untuk memitigasi dampak gangguan teknologi, memanfaatkan keahlian bersama dalam industri.</p>	<p>STRATEGI WT</p> <p>1. Strategi Diversifikasi Rantai Pasokan : Diversifikasi rantai pasokan untuk mengatasi kerentanan dalam rantai pasokan, menghindari dampak negatif pada produksi dan pengiriman.</p> <p>2. Strategi Peningkatan Kesenjangan Teknologi : Mengatasi kesenjangan dalam mengadopsi teknologi dengan meningkatkan investasi dalam penelitian dan pengembangan teknologi manufaktur terbaru.</p>

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Matriks SWOT Karet Elektronik yang disajikan di atas memfasilitasi derivasi empat sel alternatif strategis, membantu dalam menentukan strategi optimal untuk manajemen perusahaan di tengah persaingan pasar yang semakin intensif.

a. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

Dalam strategi ini, perusahaan karet ini akan menggunakan kekuatan teknis dan kehadiran pasar yang kuat di Kota Bekasi untuk mengoptimalkan peluang ekspansi ke kota-kota tetangga atau pasar internasional, dengan tujuan mencapai pertumbuhan yang signifikan.

b. Strategi ST (*Strengths-Threats*)

Pada strategi ini, PT. Fitria Jaya Lestari akan memanfaatkan kekuatan teknis yang dimilikinya untuk mengatasi berbagai ancaman di industri, seperti peningkatan persaingan. Dengan fokus pada inovasi produk dan peningkatan kualitas, perusahaan bertujuan menjaga stabilitas dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

c. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

Perusahaan ini akan memanfaatkan peluang yang ada, seperti peluang diversifikasi produk atau ekspansi pasar, untuk meminimalkan kelemahan yang dimilikinya. Dengan meningkatkan keahlian teknis dan melibatkan pelanggan setia, PT. Fitria Jaya Lestari bertujuan memperbaiki aspek-aspek yang masih lemah.

d. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Dalam upaya menghadapi tantangan dan ancaman, PT. Fitria Jaya Lestari akan fokus untuk meminimalisir kelemahan internalnya dan secara proaktif menghindari berbagai ancaman eksternal. Melalui strategi ini, perusahaan berkomitmen untuk melakukan perbaikan berkelanjutan agar dapat tetap kompetitif di tengah persaingan yang ketat.

3. Hasil dan Pembahasan

Internal Strategic Factors Analysis Summary

Penyusunan ringkasan analisis faktor strategis *internal* melibatkan beberapa langkah, yaitu:

1. Mengidentifikasi elemen strategis seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sangat penting.
2. Menetapkan bobot yang sesuai mulai dari 0,0 (paling tidak signifikan) hingga 1,0 (sangat signifikan) untuk setiap faktor sangat penting untuk menilai kepentingan relatif mereka dalam organisasi.
3. Menilai setiap faktor dari 1 hingga 4, menunjukkan tidak penting (1), kepentingan sedang (2), signifikansi (3), dan signifikansi tinggi (4), sangat penting.
4. Khususnya, kekuatan harus diberi peringkat 3 atau 4, sedangkan kelemahan harus dinilai 1 atau 2. Diperlukan penghitungan produk dari berat masing-masing faktor dengan rata-rata tertimbang.
5. Menyimpulkan skor tertimbang menghasilkan total skor tertimbang IFAS.

Tabel 2. Penjelasan Tingkat Signifikan dan Rating(IFAS)

Faktor Internal Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	Tingkat Signifikan	Rating	Aalasan/Bukti
1. Kehadiran Pasar yang Kuat di Kota Bekasi	3	3.5	Perusahaan manufaktur dalam bidang karya masih sedikit namun permintaan cukup banyak.
2. Keahlian Teknis dalam Pembuatan Karet Elektronik	4	4	PT.Fitria Jaya Lestari merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi karet dalam bidang elektronikpada urutan ke 2 setelah Otomotif.
3. Konsistensi dalam Inovasi Produk Karet	3	3.5	PT.Fitria Jaya Lestari konsisten memproduksi sparpat karet baik otomotif,elektronik dan mabel

4. Basis Pelanggan yang Setia dan Terpercaya	2.5	3	Sampai saat ini <i>customer</i> PT.Fitria Jaya Lestari sangat loyal di tengah pesaing yang sedikit pada bidang yang sama.
Faktor Internal Kelemahan (Weaknesses)	Tingkat Signifikan	Rating	Alasan/Bukti
1. Ketergantungan Tinggi pada Pasar Lokal	2.5	3.5	Karena perusahaan manufaktur bidang karet sedikit maka diadakan pasar lokal.
2. Rentang Produk yang Terbatas	1.5	2	PT.Fitria Jaya Lestari memiliki keterbatasan produksi di sebabkan sumber daya yang kurang (sumber daya manusia maupun sumber daya matrial).
3. Kerentanan dalam Rantai Pasokan	1.5	2	Kekurangan produsen bahan matrial yang Berkualitas.
4. Mengadopsi teknologi baru yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk bersaing secara efektif di pasar	2	3	Menggunakan peralatan lebih canggih yakni (mesin press) yang digunakan semakin evisien dari segi waktu mesin press.

Tabel 3. *Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)*

Faktor Internal	Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan (Strengths)				
1. Kehadiran Pasar yang Kuat di Kota Bekasi	3	0.24	3.5	0.84
2. Keahlian Teknis dalam Pembuatan Karet Elektronik	4	0.32	4	1.28
3. Konsistensi dalam Inovasi Produk Karet	3	0.24	3.5	0.84
4. Basis Pelanggan yang Setia dan Terpercaya	2.5	0.2	3	0.6
Total Skor Kekuatan	12.5	1		3.56

Faktor Internal	Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kelemahan (Weaknesses)				
1. Ketergantungan Tinggi pada Pasar Lokal	2.5	0.33	3.5	1.17
2. Rentang Produk yang Terbatas	1.5	0.2	2	0.40
3. Kerentanan dalam Rantai Pasokan	1.5	0.2	2	0.40
4. Mengadopsi teknologi baru yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk bersaing secara efektif di pasar	2	0.27	3	0.80
Total Skor Kelamahan	7.5	1		2.77

Selisih Kekuatan - Kelemahan	3.56 - 2.77 = 0,79
------------------------------	--------------------

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Pada Tabel 3 di atas, kekuatan diberi skor 3,56, sedangkan kelemahan diberi skor 2,77, menunjukkan bahwa PT. Fitria Jaya Lestari, produsen produk karet elektronik, menunjukkan tingkat kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelemahannya.

Eksternal Strategic Factors Analysis Summary

Proses meringkas analisis faktor strategis eksternal melibatkan serangkaian langkah :

1. Identifikasi faktor strategis termasuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
2. Penetapan bobot untuk setiap faktor mulai dari 0,0 (paling penting) hingga 1,0 (paling penting). Bobot mencerminkan signifikansi relatif dari faktor-faktor ini terhadap keberhasilan perusahaan. Umumnya, peluang ditimbang lebih tinggi daripada ancaman, meskipun ancaman mungkin menerima bobot lebih jika menimbulkan risiko yang signifikan. Bobot yang tepat ditentukan dengan membandingkan kesuksesan kompetitif. Berat total untuk semua faktor harus 1,0.
3. Evaluasi efektivitas strategi perusahaan saat ini dalam mengatasi setiap faktor eksternal utama dengan menetapkan skor 1-4, dengan 4 unggul, 3 baik, 2 rata-rata, dan 1 buruk. Peringkat ini berbasis perusahaan, sedangkan bobotnya berbasis industri. Penting untuk dicatat bahwa ancaman dan peluang dapat dinilai dari 1 hingga 4.
4. Perhitungan skor tertimbang dengan mengalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya.
5. Agregasi skor tertimbang untuk mendapatkan skor EFAS tertimbang total.

Tabel 4. Penjelasan Tingkat Signifikan dan Rating (EFAS)

Faktor Eksternal Peluang (<i>Opportunities</i>)	Tingkat Signifikan	Rating	Alasan/Bukti
1. Peluang Ekspansi ke Kota-kota Tetangga atau Pasar Internasional	4	3.5	PT.Fitria Jaya Lestari memiliki klayen di luar Indonesia dan juga kota bekasi.
2. Diversifikasi Rangkaian Produk untuk Berbagai Industri	4	3.5	Karena mesin press bisa digunakan cetakan apa aja, baik itu otomotif,elektronik dan mabel.
3. Integrasi Teknologi yang Muncul ke dalam Produk Karet Elektronik	3.5	3.5	Produk karet elektronik yang di hasilkan harus tahan terhadap guncangan dan konsleting kabel.
4. Fokus pada Pengembangan Produk Karet Elektronik Ramah Lingkungan	3	3.5	Penyediaan material yang digunakan bisa juga di daur ulang.
Faktor Eksternal Ancaman (<i>Threats</i>)	Tingkat Signifikan	Rating	Alasan/Bukti
1. Peningkatan Persaingan dari Perusahaan Sejenis	3	3	Karena di kota bekasi perusahaan manufaktur bidang karet masih sedikit maka akan timbul peluang perusahaan sejenis.
2. Gangguan Teknologi yang Cepat	2	2	Ada pesaing yang menggunakan mesin hidrolik secara metic mengakibatkan produksi yang dihasilkan semakin banyak.

3. Perubahan Peraturan, Terutama Standar Lingkungan	2	2	Ada beberapa produk yang tidak bisa di daur ulang.
4. Dampak Tren Ekonomi Global pada Permintaan Produk Karet Elektronik	3	3	Perubahan produk mengakibatkan bentuk karet akan berubah.

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Tabel 5. *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)*

Faktor Eksternal	Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang (<i>Opportunities</i>)				
1. Peluang Ekspansi ke Kota-kota Tetangga atau Pasar Internasional	4	0.28	3.5	0.97
2. Diversifikasi Rangkaian Produk untuk Berbagai Industri	4	0.28	3.5	0.97
3. Integrasi Teknologi yang Muncul ke dalam Produk Karet Elektronik	3.5	0.24	3.5	0.84
4. Fokus pada Pengembangan Produk Karet Elektronik Ramah Lingkungan	3	0.21	3.5	0.72
Total Skor Peluang	14.5	1		3.50

Faktor Eksternal	Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Ancaman (<i>Threats</i>)				
1. Peningkatan Persaingan dari Perusahaan Sejenis	3	0.30	3	0.90
2. Gangguan Teknologi yang Cepat	2	0.2	2	0.40
3. Perubahan Peraturan, Terutama Standar Lingkungan	2	0.2	2	0.40
4. Dampak Tren Ekonomi Global pada Permintaan Produk Karet Elektronik	3	0.30	3	0.90
Total Skor Ancaman	10	1		2.60

Selisih Peluang - Ancaman	3.50 - 2.60 = 0,90
----------------------------------	---------------------------

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Pada tabel 5 di atas faktor-faktor peluang (*opportunities*) mempunyai nilai skor 3,50 dan faktor-faktor ancaman (*Threats*) mempunyai nilai skor 2,60. PT. Fitria Jaya Lestari, sebagai produsen karet produk elektronik, menunjukkan tingkat peluang yang lebih tinggi daripada potensi ancaman yang mungkin muncul.

Diagram SWOT

Para peneliti menggunakan Diagram SWOT untuk menganalisis strategi mengenai peluang dan ancaman bagi perusahaan PT. Fitria Jaya Lestari dinilai berdasarkan kekuatan dan kelemahan untuk menentukan posisi kompetitifnya. Diagram SWOT menggambarkan posisi perusahaan di empat kuadran, yang mencerminkan analisis internal dan eksternal karet elektronik sebagai berikut :

Tabel 6. Nilai Hasil SWOT

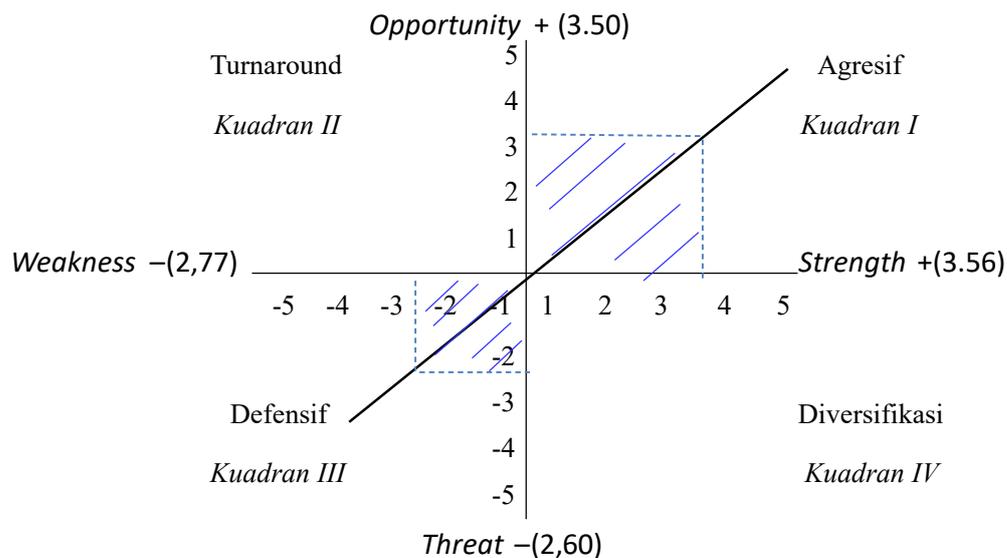
1.	Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	= 3,56
2.	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	= 2,77
3.	Peluang (<i>Opportunities</i>)	= 3,50
4.	Ancaman (<i>Threats</i>)	= 2,60

$$K + A = 3,56 + 2,60 = (+) 6,16$$

$$K + P = 2,77 + 3,50 = (+) 6,14$$

Mengikuti analisis Diagram SWOT, PT. Fitria Jaya Lestari berada di Kuadran I, menunjukkan sikap agresif. Posisi ini menandakan lingkungan internal dan eksternal yang kuat dengan bobot yang menguntungkan dalam kekuatan dan peluang. Akibatnya, perusahaan diposisikan secara strategis untuk memanfaatkan kekuatannya untuk memanfaatkan peluang yang tersedia.

Diagram SWOT



Gambar 3. Diagram Cartesius Analisis SWOT Produk Elektronik

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis produk elektronik berbahan dasar karet di PT. Fitria Jaya Lestari Melalui Metode Swot, maka penulis dapat menyimpulkan:

1. Ringkasan Analisis Faktor Strategis Internal menunjukkan bahwa PT. Fitria Jaya Lestari kekuatan lebih besar daripada kelemahannya dalam membentuk strategi diagram SWOT.
2. Demikian pula, Ringkasan Analisis Faktor Strategis Eksternal mengungkapkan bahwa PT. Fitria Jaya Lestari memiliki peluang yang signifikan dibandingkan dengan ancaman yang dapat berdampak pada posisi perusahaan.

Diagram SWOT memposisikan karet elektronik di Kuadran I, mewakili sikap agresif. Posisi strategis ini, ditandai dengan kekuatan internal yang kuat dan peluang eksternal, memungkinkan perusahaan untuk berinovasi lebih lanjut dan meningkatkan daya saingnya.

4. Simpulan

- a. Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis produk elektronik berbahan dasar karet di PT. Fitria Jaya Lestari dengan pendekatan Analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa perusahaan memiliki posisi yang kuat dengan kombinasi kekuatan internal dan peluang eksternal yang baik. Strategi yang difokuskan pada ekspansi ke kota-kota tetangga atau pasar internasional dapat menjadi langkah yang tepat untuk mencapai pertumbuhan yang signifikan.
- b. Dengan Diagram SWOT, dapat dikatakan bahwa agresif produk yang dilakukan di PT. Fitria Jaya Lestari pada produk *rubber sheet* dan *mounting grommet* dapat dilihat dihasilkan kuadran I, dikarenakan kualitas pembanding produsen produk karet elektronik yang dikirimkan ke Malaysia memiliki produk yang lebih di bandingkan produsen Malaysia, mempertahankan strategi positif yang sudah ada sambil terus berinovasi. Dibutuhkan langkah-langkah yang adaptif dan proaktif untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, dengan meminimalkan dampak kelemahan dan menghadapi ancaman dengan respons yang tepat.

Daftar Pustaka

- Arda, M. (2019). Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Analisis SWOT. *PERWIRA: Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 2(1), 61–69.
- Hanafie, Syarifuddin, Khasmarullah. (2019). Pengembangan Produk Kopi Bisang Berbasis Metode Swot Analisis Dan Marketing Mix. *Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*. (14) : P2045-2048.
- Handayani, S., & Andriany, D. (2018). Optimalisasi Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah Melalui Analisis SWOT. *Prosiding Konferensi Nasional Ke-8 Asosiasi Program Pascasarjana Pengguruan Tinggi Muhammadiyah & Aisyiyah (APPPTMA)*, 8, 72–85.
- Haryadi, Gunawan, S., & Rasmilah, I. (2020). Peranan Home Industry Keripik Singkong Dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Karyalaksana Kecamatan Ibum Kabupaten Bandung. *Geoarea*, 3(1).
- Hidayat, R., & Rahmat, R. (2018). Analisis SWOT Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Server Pulsa Di Kota Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 94–108.
- Nourlette, R. R., & Hati, S. W. (2017). Penentuan Strategi Dengan Pendekatan Analisis SWOT Pada Hotel Nongsa Point Marina dan Resort Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 5(1), 83-102.
- Puspitasari, Kiki Puput, dkk. (2016). Analisis SWOT Untk Mengetahui Kondisi Perusahaan dan Menentukan Strategi Pengembangan Perusahaan Asuransi Pada PT. Prudential Life Assurance di Surabaya. *Universitas Bhayangkara Surabaya. Jurnal Emba Vol.2 No. 4 2016*.
- Putri, L. P., Veriyadna, R., Akmal, O., & Depari, B. (2018). Penerapan Analisis SWOT: Studi Kasus Usaha Mahasiswa Creative Puzzle Glass. *Jurnal Sains Penelitian dan Pengabdian*, 1(1), 1-6.
- Putriani, Dian. (2017). Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pada Produk Asuransi Jiwa Perorangan AJB Bumiputra 1912 KPR Pekanbaru. *Universitas Riau. Jurnal Emba Vo. 4 No. 1 Februari 2017*.
- Sundoro, G. A., Miladan, N., & Pamardhi-Utomo, R. (2021). Peran Sentra Industri Gerabah Melikan Dalam Pengembangan Kawasan Pariwisata. *Desa-Kota*, 3(2), 179.
<https://doi.org/10.20961/desa-kota.v3i2.47523.179-188>.
- Utami, Choirul. (2017). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Pada KSPPS BMT CSI Syariah Sejahtera. *Politeknik Harapan Bersama Tegal, Tegal*.

