

ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BATUBARA PADA PT. ELS

Kuncoro Wibowo^{1*}, Samuel Horas Sarjana²

Program Studi Manajemen, Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jayakarta, Jakarta, Indonesia

*Correspondent Author: kuncoro_wibowo@stie.jayakarta.ac.id

Author Email: kuncoro_wibowo@stie.jayakarta.ac.id,
sarjonosamuel@gmail.com

Received: November 28,2025. **Revised:** December 05,2025. **Accepted:**
January 02, 2026. **Issue Period:** Vol.10 No.1 (2026), Pp. 6-18

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi strategis PT. ELS melalui pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) guna merumuskan strategi pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Data dikumpulkan melalui studi dokumen company profile dan observasi sekunder terhadap aktivitas operasional dan pemasaran perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan pada jaringan pemasok dan pelanggan internasional, kualitas produk, serta efisiensi logistik. Namun demikian, terdapat kelemahan seperti ketergantungan pada fluktuasi harga batu bara dan minimnya diversifikasi energi. Peluang pasar tetap terbuka terutama di kawasan Asia dan melalui adopsi teknologi digital, sedangkan ancaman utama berasal dari kebijakan lingkungan yang semakin ketat dan transisi global menuju energi bersih. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan strategi jangka pendek berupa penguatan struktur keuangan dan efisiensi operasional, serta strategi jangka panjang berupa diversifikasi ke sumber energi alternatif dan peningkatan kepatuhan regulasi.

Kata kunci: Analisis SWOT, perdagangan batu bara, strategi bisnis, diversifikasi energi.

ABSTRACT. This study aims to analyze the strategic position of PT. ELS using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) approach to formulate a sustainable business development strategy. Data were collected through company profile documents and secondary observations of operational and marketing activities. The analysis results indicate that the company's main strengths lie in its extensive supplier and customer networks, product quality, and logistics efficiency. However, weaknesses include dependence on global coal price fluctuations and limited energy diversification. Market opportunities remain open, particularly in the Asian region, along with digital technology adoption, while major threats come from stricter environmental policies and the global transition toward clean energy. Based on these findings, short-term strategies include strengthening financial structures and operational efficiency, while long-term



DOI: 10.52362/jisamar.v10i1.2182

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

strategies involve diversification into alternative energy sources and enhancing regulatory compliance.

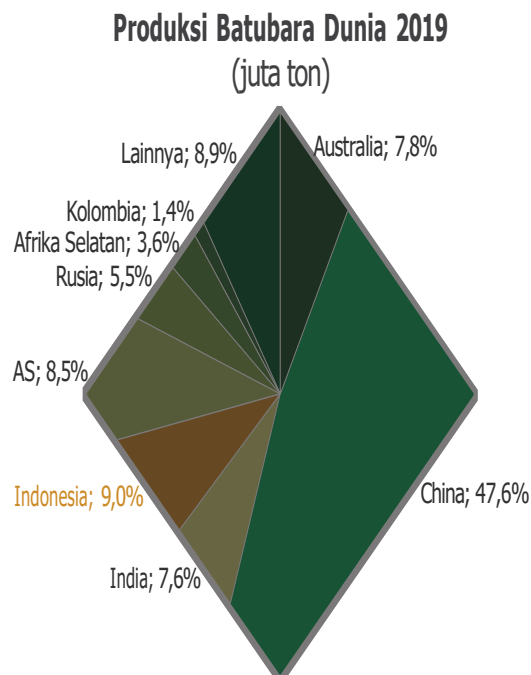
Keywords: SWOT Analysis, coal trading, business strategy, energy diversification.

PENDAHULUAN

Konsumsi energi di Indonesia semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk dan ekonomi. Peningkatan konsumsi energi akan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Pertumbuhan ekonomi rata-rata Indonesia sepanjang tahun 2000 -2011 yaitu sebesar 5,7% dengan peningkatan konsumsi energi domestik sebesar 3%. Sumber energi primer Indonesia terdiri atas sumber daya energi terbarukan dan tak terbarukan [1][2]. Minyak bumi, gas alam, dan batubara termasuk kategori energi tak terbarukan. sumber energi primer akan didominasi oleh penggunaan batubara minimal sebesar 33% dan gas minimal sebesar 30% [2].

Batubara merupakan sumber energi primer kedua terbesar yang digunakan di dunia setelah penggunaan minyak bumi (BP Statistical Review 2013) [3][4]. Batubara memenuhi 29,9% kebutuhan energi primer dunia dan menghasilkan 42% Listrik dunia. Berdasarkan data International Energy Agency 2012, pada tahun 2011 Indonesia merupakan eksporter batubara uap terbesar di dunia dengan jumlah ekspor 309 juta ton[2].

Peningkatan produksi batubara di Indonesia disebabkan oleh adanya kenaikan permintaan dalam negeri (domestik) dan luar negeri (ekspor). Sebagian besar produksi batubara Indonesia digunakan untuk memenuhi permintaan luar negeri, yaitu rata-rata antara tahun 2000-2011 sebesar 76 % dan sisanya 24% digunakan untuk pemenuhan kebutuhan batubara dalam negeri [5].



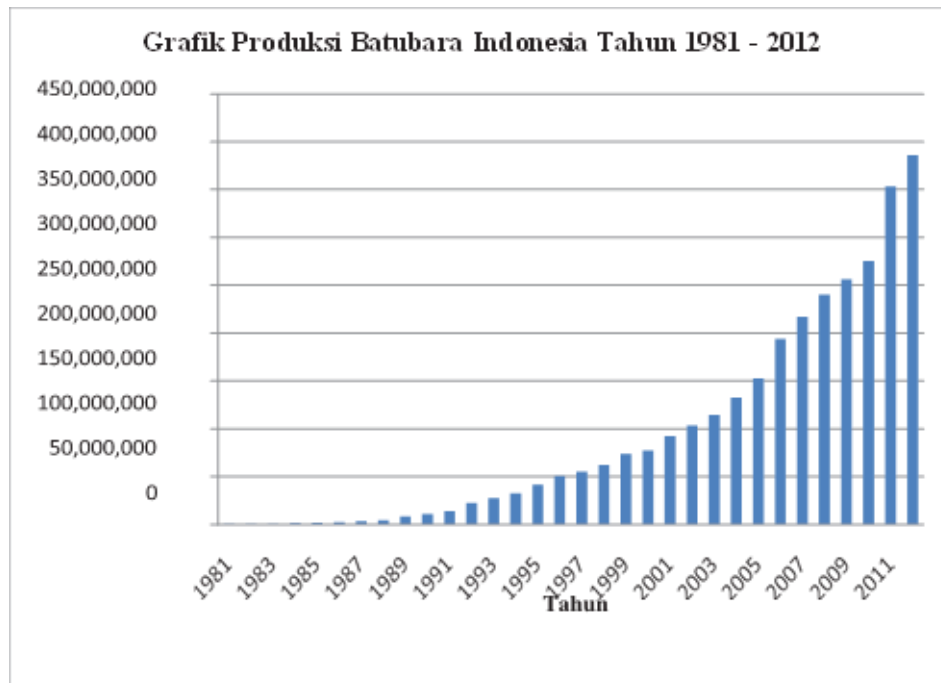
Gambar 1 : Produksi Batubara Indonesia Terhadap Dunia 2019

Sumber: BP Statistical Review of World Energy 2020[4]



DOI: 10.52362/jisamar.v10i1.2182

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Tabel 1 : Grafik Produksi Batubara Indonesia
Data : Direktorat Jenderal Mineral Batubara, 2021[2]

Produksi batubara Indonesia terus meningkat dari waktu ke waktu. Khusus pada tahun 2019 [6], produksi batubara Indonesia mengalami kenaikan produksi terbesar dalam satu dekade terakhir [7]. Bila dibandingkan dengan produksi batubara dunia, pada tahun 2019 Indonesia menempati peringkat keempat sebagai penghasil batubara terbesar di bawah Tiongkok, India, dan Amerika Serikat. Kontribusi produksi batubara Indonesia terhadap dunia juga terus naik seiring dengan naiknya produksi batubara Indonesia dengan rata-rata pertumbuhan produksi 8,8% per tahun. Negara penghasil batubara yang memiliki rata-rata pertumbuhan produksi positif lainnya adalah India dan Tiongkok masing-masing sebesar 4% dan 2,4% per tahun. Adapun negara lainnya, cenderung tidak tumbuh atau bahkan mengalami rata-rata pertumbuhan produksi negatif.

Indonesia saat ini merupakan pengekspor batubara termal terbesar di dunia (sekitar 26 % dari ekspor dunia). Ekspor batubara Indonesia terus meningkat setiap tahunnya dengan pertumbuhan rata-rata tahun 2000 – 2011 [8] sebesar 17%. Sejak tahun 2000 ekspor batubara Indonesia terus menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun hingga pada tahun 2008 ekspor batubara mencapai 191,43 juta ton . Kemudian naik sebesar 4% pada tahun 2009 dengan jumlah ekspor mencapai 198.37 juta ton. Pada tahun 2010 peningkatan ekspor batubara terus terjadi dengan jumlah ekspor hingga 208 juta ton. Jumlah ekspor tertinggi terjadi pada tahun 2011 yaitu sebesar 304 juta ton. Sebagian besar negara tujuan ekspor batubara Indonesia adalah negara-negara di Asia seperti Jepang, Cina, Korea Selatan, India, Taiwan, Malaysia, Thailand, dan Filipina sedangkan sisanya diekspor ke negara-negara di Eropa seperti Spanyol, Itali, Belanda, Switzerland, dan Inggris serta kawasan Asia Pasifik yaitu Amerika Serikat [9] [10].

PRODUKSI JENIS BAHAN TAMBANG UTAMA 2019 - 2023



DOI: 10.52362/jisamar.v10i1.2182

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Jenis Bahan Tambang Kind of Mine Material	Satuan Unit	2019	2020	2021	2022	2023*
(1)	(2)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Minyak bumi Crude oil	000 barel/barrel	273.495	259.247	240.325	223.533	221.089
Gas alam Natural gas	MMSCF	2.647.986	2.442.831	2.433.364	1.962.929	2.420.060
Timah Tin	ton	86.947	65.127	52.467	57.735	67.625
Batubara Coal	000 ton	616.154	565.641	614.059	687.402	775.184
Bauksit Bauxite	000 ton	16.592	25.860	25.781	28.809	9.890
Bijih nikel Nickel ore	000 ton	60.948	48.040	65.510	98.188	137.801
Emas Gold	kg	108.977	65.890	78.996	85.203	82972
Konsentrat tembaga Copper concentrate	000 ton	1.698	2.273	3.377	3.321	4.000

Sumber/Source: Badan Pusat Statistik, Survei Perusahaan Migas dan Nonmigas/BPS-Statistics Indonesia, Oil and Gas & Non-Oil and Gas Company Survey

Gambar 2 : Data Produksi Jenis Bahan Tambang Utama, 2019 – 2023. Sumber Badan Pusat Statistik 2025 [11][2]

Sektor energi merupakan salah satu pilar penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Indonesia sebagai negara dengan sumber daya batu bara yang melimpah memiliki potensi besar dalam perdagangan energi, baik domestik maupun ekspor. Namun, dinamika pasar global, perubahan regulasi, serta tuntutan transisi menuju energi bersih menuntut setiap perusahaan di bidang ini untuk memiliki strategi bisnis yang adaptif dan berkelanjutan. Dimana menurut Badan Pusat Statistik Produksi Batubara mengalami peningkatan signifikan sejak tahun 2019[5].

EKSPORT BATUBARA MENURUT NEGARA TUJUAN UTAMA, 2020 - 2024



DOI: 10.52362/jisamar.v10i1.2182

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Negara Tujuan Country of Destination	2020	2021	2022	2023	2024
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Berat bersih/Net weight: 000 ton					
India	98.243,3	70.779,2	110.155,2	108.932,6	108.068,9
Tiongkok/China	62.492,5	108.487,2	69.685,7	81.682,9	93.164,9
Jepang/Japan	26.965,1	22.978,4	26.392,9	25.278,2	28.996,6
Korea Selatan/Republic of Korea	24.831,9	21.011,2	25.823,6	25.284,4	26.297,4
Taiwan/Republic of China	17.603,0	16.291,6	18.244,6	15.119,4	15.314,8
Malaysia	26.706,8	25.497,2	25.222,0	28.144,0	27.184,8
Filipina/Philippines	28.060,9	30.085,8	30.864,7	36.114,7	38.939,4
Thailand	16.624,8	15.150,7	15.338,3	11.935,5	13.832,2
Hong Kong/Hong Kong Special Administrative Region	3.863,5	5.269,9	5.176,9	4.892,9	3.964,7
Vietnam	18.032,6	14.998,6	10.598,8	19.796,0	27.188,6
Lainnya/Others	18.123,2	14.903,4	22.612,5	22.524,6	22.808,9
Jumlah/Total	341.547,6	345.453,2	360.115,2	379.705,2	405.761,2
Nilai FOB/FOB value: 000.000 US\$					
India	3.391,2	4.078,4	10.594,9	7.256,2	6.245,8
Tiongkok/China	2.652,7	9.143,1	7.795,2	6.975,2	6.553,7
Jepang/Japan	1.695,7	2.540,8	7.174,7	4.761,9	3.872,8
Korea Selatan/Republic of Korea	1.042,0	1.422,7	2.847,2	2.235,6	2.099,6
Taiwan/Republic of China	953,2	1.167,4	2.928,9	2.098,7	1.763,1
Malaysia	1.305,7	2.359,4	3.414,3	2.742,7	2.435,9
Filipina/Philippines	1.225,3	2.347,0	5.019,1	3.385,2	2.765,8
Thailand	655,3	869,1	1.521,5	862,7	840,5
Hong Kong/Hong Kong Special Administrative Region	171,2	485,4	1.156,8	628,0	367,0
Vietnam	599,8	960,2	1.132,5	1.501,4	1.787,9
Lainnya/Others	841,9	1.159,6	3.179,8	2.144,5	1.757,4
Jumlah/Total	14.534,0	26.533,1	46.764,9	34.592,1	30.489,5

Sumber/Source: Kementerian Keuangan (Ditjen Bea dan Cukai). Dokumen PEB dan PIB/Ministry of Finance (Directorate General of Customs and Excise). Exports and Imports Declaration Document

Gambar 3 : Data Ekspor Batubara menurut negara tujuan utama.Sumber Badan Pusat Statistik 2025[12][2]

Dimana Ekspor Batubara untuk periode tahun 2020 hingga 2024 untuk negara tujuan mengalami kenaikan secara signifikan pula. (tabel ekspor Batubara)[12][13]

Jepang merupakan tujuan ekspor batubara Indonesia yang utama dengan nilai ekspor diperkirakan akan terus meningkat setelah adanya perjanjian Kerjasama Economic Partnership Agreement (EPA) [14] yang memuat kerjasama untuk meningkatkan permintaan batubara oleh adanya pembatasan ekspor batubara Cina ke Jepang. Hal ini terjadi karena Cina akan memprioritaskan penggunaan Batubara untuk kebutuhan pembangunan infrastruktur dalam negeri [5]



DOI: 10.52362/jisamar.v10i1.2182

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PT. ELS sebagai perusahaan perdagangan batu bara berperan penting dalam rantai pasok energi nasional dan internasional. Dalam menghadapi tantangan pasar yang kompetitif, perusahaan perlu melakukan analisis strategis untuk menentukan arah pengembangan bisnis yang tepat. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah analisis SWOT, yang membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk mendukung pengambilan keputusan strategis [5].

Tujuan penulisan jurnal ini adalah untuk menganalisis posisi strategis PT ELS melalui pendekatan SWOT serta memberikan rekomendasi strategi pengembangan bisnis yang berkelanjutan di tengah perubahan lingkungan bisnis global.

METODE DAN MATERI

PT. ELS merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan batu bara (coal trading company) yang berperan penting dalam rantai pasok energi nasional dan internasional. Sebagai entitas bisnis yang berorientasi ekspor, perusahaan menghadapi dinamika pasar global, fluktuasi harga, dan perubahan regulasi lingkungan yang menuntut strategi adaptif dan berkelanjutan.

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dalam rangka merumuskan strategi pengembangan yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai posisi strategis perusahaan serta arah pengembangan bisnis yang berkelanjutan dan kompetitif di sektor energi.

Perumusan Strategi

Definisi mengenai strategi cukup beragam dan bervariasi dari beberapa ahli dan pengarangnya. Dimana diantaranya bisa di dapat dari pendapat ahli dibawah ini.

Pengertian strategi menurut J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen (2015), dapat didefinisikan menjadi pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Perumusan ini meliputi menentukan misi perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang dapat dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan. Penjabaran dari pengertian strategi tersebut menurut J David Hunger (2015) yaitu :

1. Misi.

Misi organisasi adalah tujuan atau alasan mengapa organisasi hidup, misi disusun dengan baik untuk mendefinisikan tujuan mendasar dan unik yang membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan yang lain. Misi dapat di tetapkan secara sempit dan luas.

Misi secara sempit yaitu menjelaskan secara jelas bisnis utama organisasi, membatasi jangkauan aktifitas perusahaan, teknologi yang dipergunakan serta pasar apa yang dilayani, Sedangkan misi secara luas diartikan sebagai meluaskan jangkauan aktifitas organisasi, memasukkan tipe produk atau jasa yang ditawarkan, jangkauan pasar serta teknologi yang digunakan secara luas.

2. Tujuan.

Tujuan adalah hasil akhir perencanaan, dimana merumuskan apa yang akan diselesaikan dan kapan akan diselesaikan, dan diukur jika memungkinkan. Beberapa sasaran dan tujuan akhir perusahaan bisa berupa profitabilitas, efisiensi, pertumbuhan, kelangsungan hidup.

3. Strategi.

Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya, strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing. Strategi ini akan mengembangkan perusahaan untuk melakukan pengembangan lini produk baru, program program serta anggaran yang telah di sahkan sehingga tujuan formal perusahaan dapat tercapai.

4. Kebijakan.

Kebijakan menyediakan pedoman luas untuk pengambilan keputusan organisasi secara keseluruhan, sebagai pedoman luas yang menghubungkan perumusan strategi dan implementasi. Kebijakan tersebut di interprestasikan



dengan strategi dan tujuan dari masing masing unit dan divisi yang mengembangkan kebijakan yang akan menciptakan sesuatu yang unik dan memiliki kemampuan untuk menghasilkan produk atau jasa yang baru.

Implementasi Strategi

Implementasi strategi menurut J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen (2015) [15][16] adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakan dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur. Implementasi strategi ini biasanya diwujudkan dalam keputusan sehari-hari dalam pemberdayaan sumber dayanya.

1. Program.

Program adalah pernyataan aktifitas yang diperlukan untuk menyelesaikan sekali pakai, program ini meliputi restrukturisasi perusahaan, perubahan budaya internal perusahaan.

2. Anggaran.

Anggaran adalah program yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, setiap program akan dinyatakan secara rinci dalam biaya, yang dapat digunakan oleh manajemen untuk merencanakan dan mengendalikan.

3. Prosedur.

Prosedur adalah sistem langkah-langkah yang berurutan yang menggambarkan secara rinci bagaimana suatu tugas atau pekerjaan diselesaikan.

Sedangkan menurut Bryson (1995) ada sepuluh langkah dalam membuat perencanaan strategis, yang secara berurutan adalah :

1. Membangun inisiatif dan kesepakatan terhadap dilakukannya proses perencanaan strategis. Tahap ini dilakukan negosiasi dan kesepakatan antara pengambil keputusan kunci dan pembuka pendapat, khususnya yang berada dalam organisasi.
2. Mengidentifikasi mandat organisasi, termasuk mandat dari tim perumus rencana strategis.
3. Mengidentifikasi misi dan nilai organisasi. Misi lebih sekedar pembenaran (*justify*) keberadaan organisasi, misi memberikan batas arena ketika organisasi bekerja. Nilai organisasi ditentukan oleh kepuasan para pihak yang berkepentingan (*stakeholder*).
4. Melakukan penilaian lingkungan internal dan eksternal organisasi dengan menggunakan metode SWOT untuk menemukan "*key success factor*" yang harus dipenuhi agar memenuhi kriteria keberhasilan yang dilekatkan pada organisasi.
5. Mengidentifikasi isu-isu strategis, yaitu isu yang jika tidak ditangani akan mempengaruhi mandat, nilai dan misi organisasi. Pernyataan isu strategis mempunyai tiga syarat yang dirumuskan secara singkat, yaitu dalam satu paragraf, mencantumkan faktor-faktor yang menyebabkan menjadi isu, dan mengemukakan konsekuensi jika isu tersebut tidak/gagal ditangani.
6. Merumuskan strategi dan membuat rencana untuk manajemen isu-isu strategis
7. Meninjau ulang (review) dan mengadopsi rencana dan strategi.
8. Merumuskan visi yang efektif dari organisasi.
9. Mengembangkan proses implementasi yang efektif.
10. Menilai ulang (reases) strategi dan proses perencanaan strategis

Beberapa definisi strategi menurut beberapa pakar ahli :

Menurut Robert M Grant (1997) [17], Strategi merupakan suatu rencana keseluruhan dalam memanfaatkan sumber daya untuk memperoleh kedudukan yang menguntungkan.

Sedangkan menurut Kenneth Andrews, The concept Of Corporate Strategy (1971) [18]:

Strategi merupakan bentuk dari tujuan-tujuan, kebijakan utama, dan rencana untuk mencapai tujuan tersebut, yang dipaparkan sedemikian rupa sehingga dapat menerangkan dalam usaha apa organisasi tersebut bergerak atau seharusnya bergerak, dan apa jenis perusahaan tersebut atau macamnya [18].

Sedangkan menurut James Brian Quinn, dalam Strategies for Change (1980) : Logical Incrementalism.



DOI: 10.52362/jisamar.v10i1.2182

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan, dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh, Strategi yang diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Strategi yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan perusahaan, antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan yang dilakukan oleh mata-mata musuh [19]

Analisis SWOT merupakan alat manajemen strategis yang digunakan untuk memahami kondisi internal dan eksternal perusahaan [20].

Konsep ini menekankan pada identifikasi kekuatan dan kelemahan yang berasal dari dalam organisasi, serta peluang dan ancaman yang muncul dari lingkungan luar.

Model SWOT banyak digunakan oleh perusahaan dalam industri energi untuk menilai daya saing dan menentukan arah kebijakan bisnis di tengah fluktuasi pasar global [16].

Analisa Situasi Dengan SWOT

SWOT Singkatan dari Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang) dan Threats (Ancaman) Merupakan suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi Profit dan Non Profit dengan tujuan Untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif [20].

Tujuan Penerapan SWOT di Perusahaan :

1. Untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisa SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin terjadi di masa-masa yang akan mendatang.
2. Diperlukan Analisis SWOT adalah dimana setiap produk yang beredar di pasaran pasti akan mengalami pasang surut dalam penjualan atau yang dikenal dengan istilah daur hidup produk (life cycle product)

Faktor Eksternal dan Internal dalam Perspektif SWOT

1. Faktor Eksternal

Faktor eksternal mempengaruhi terbentuknya opportunities and Threats (O dan T), Dimana faktor ini bersangkutan dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan. Faktornya adalah : lingkungan industri, lingkungan bisnis makro, PESTEL

2. Faktor Internal

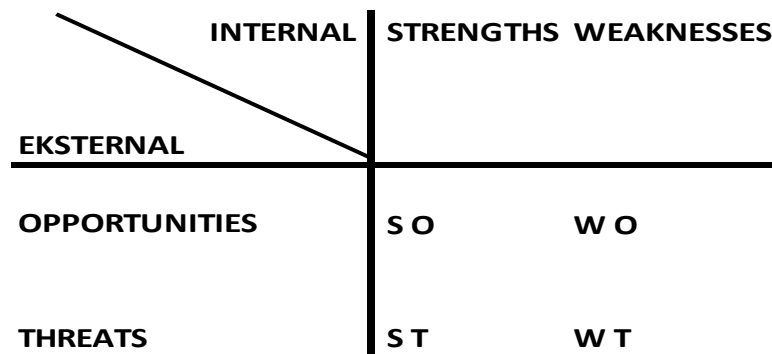
Mempengaruhi terbentuknya Strengths and Weaknesses (S dan W), dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan. Faktornya adalah : Semua Manajemen fungsional, 5M, corporate culture.

Tabel format menganalisis dan menentukan keputusan strategis dengan pendekatan matriks SWOT



DOI: 10.52362/jisamar.v10i1.2182

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



MATRIX SWOT

Gambar 4 : Diagram matriks TOWS, Rangkuti, Freddy, 2015 [21]

Matriks SWOT sebagai alat ukur untuk mencocokkan yang penting untuk membantu para direktur dalam mengembangkan strategi yang dibutuhkan [21]. Penjelasan sebagai berikut :

1. Strategi S O digunakan untuk meraih peluang bisnis dari eksternal, strategi ini dibuat berdasarkan kebijakan perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan dan memanfaatkan peluang sebesar besarnya.
2. Strategi W O bertujuan untuk memperbaiki kelemahan dan memanfaatkan peluang bisnis yang ada.
3. Strategi S T guna mengurangi pengaruh ancaman dari luar dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasinya.
4. Strategi W T mengurangi kelemahan dari internal dan menghindari ancaman dari luar, strategi ini didasari pada aktifitas yang bersifat defensif.

Analisis SWOT harus mengidentifikasi kompetensi perusahaan yaitu keahlian serta sumber sumber yang dimiliki dan keunggulan dari sumber tersebut, kompetensi sebagai kapabilitas inti yang membuat perusahaan menjadi berbeda [21]

Dari analisa SWOT bisa diperoleh hasil :

1. Pengidentifikasian keunggulan sumber sumber daya perusahaan, kapabilitas bersaing dan kompetensi perusahaan
2. Pengidentifikasian kelemahan sumber daya perusahaan dan kelemahan dalam menghadapi persaingan
3. Pengidentifikasian peluang pasar perusahaan
4. Pengidentifikasian ancaman terhadap keuntungan perusahaan pada masa depan

Disamping hasil analisis tersebut dapat pula diperoleh nilai dari hasil analisis SWOT yaitu :

1. Penggambaran konklusi secara singkat mengenai hasil analisis SWOT
2. Pencocokan strategi perusahaan yang tepat daslam upaya memperkuat sumber daya dan Peluang pasar serta upaya untuk memperbaiki masalah kelemahan yang ada dan mempertahankan guna menghadapi ancaman eksternal yang membahayakan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Objek penelitian adalah PT. ELS, sebuah perusahaan perdagangan batu bara.

Data diperoleh dari dokumen Company Profile dan hasil observasi sekunder terkait aktivitas operasional dan pemasaran perusahaan.



DOI: 10.52362/jisamar.v10i1.2182

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Teknik analisis menggunakan pendekatan SWOT dengan empat komponen utama:

1. Strengths – mengidentifikasi keunggulan internal.
2. Weaknesses – menilai kelemahan internal perusahaan.
3. Opportunities – mengidentifikasi potensi pasar dan peluang eksternal.
4. Threats – mengenali risiko dan tantangan eksternal yang dapat menghambat kinerja perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Perusahaan

PT.ELS didirikan sebagai perusahaan perdagangan batu bara yang fokus pada ekspor ke berbagai negara di Asia dan mulai melakukan aktivitas sejak Desember 2016, dengan transaksi perdagangan Batubara dengan volume sekitar 200.000 sampai dengan 300.000 metriks tons per bulan. Akta legalitas Perusahaan sejak Desember 2016 dengan ijin usaha diantaranya NIB, SPPKP, Ijin Usaha Pertambangan, ET Batubara, Nomor Induk Kependudukan, dan lainnya serta sudah mempunyai NPWP.

Perusahaan memiliki jaringan pemasok yang luas, sistem logistik efisien, serta komitmen terhadap kualitas produk dan pelayanan pelanggan.

B. Analisis SWOT

DATA ANALISIS KELEMAHAN DAN KELEBIHAN P. ELS				
NO.	TAHAPAN LANGKAH	DAFTAR PERTANYAAN	PENGOLAHAN	HASIL
1	Kekuatan	1. Kelebihan apa yang dimiliki perusahaan 2. Keunikan apa yang dimiliki perusahaan 3. Apa yang menyebabkan mendapatkan penjualan 4. Apa yang dirasakan konsumen melihat PT. sebagai kelebihan	Pengolahan data kekuatan	Data kekuatan
2	Kelemahan	1. Apa yang harus ditingkatkan dalam perusahaan 2. Apa yang harus dihindari dan dihindari 3. Faktor apa yang menjadi penyebab kehilangan penjualan 4. Apa yang dilihat konsumen sebagai kelemahan 5. Apa yang dilakukan para pesaing	Pengolahan data kelemahan	Data Kelemahan
3	Peluang	1. Kesempatan apa yang dilihat serta peluang terbaik apa yang dimiliki 2. Perkembangan trend Saat ini	Pengolahan data peluang serta trend yang ada	Data peluang
4	Ancaman	1. Hambatan apa yang dirasakan saat ini serta bagaimana mengatasinya 2. Adakah perubahan peraturan pemerintah yang menghambat 3. Perkembangan teknologi apa yang menghambat	Pengolahan data ancaman dan hambatan	Data ancaman

Tabel 2 : Data analisis SWOT PT. ELS



DOI: 10.52362/jisamar.v10i1.2182

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Hasil dari Analisa pada PT. ELS diketahui posisi SWOT yaitu :

1. Strengths (Kekuatan):

- Jaringan kerja sama luas dengan pemasok dan pembeli internasional.
- Kualitas produk sesuai standar industri energi.
- Efisiensi logistik dan transportasi laut.
- Tim manajemen berpengalaman dan profesional.
- Reputasi kredibel di pasar ekspor batu bara.

2. Weaknesses (Kelemahan):

- Ketergantungan terhadap fluktuasi harga batu bara global.
- Kebutuhan modal besar untuk ekspor dan operasional.
- Fokus bisnis masih pada batu bara tanpa diversifikasi energi lain.
- Ketergantungan pada izin dan regulasi pemerintah.

3. Opportunities (Peluang):

- Permintaan energi global yang stabil, terutama di Asia.
- Dukungan kebijakan ekspor energi dari pemerintah Indonesia.
- Potensi diversifikasi ke sektor energi terbarukan.
- Kemajuan teknologi logistik dan digitalisasi perdagangan.

4. Threats (Ancaman):

- Perubahan kebijakan lingkungan dan ekspor batu bara.
- Persaingan ketat di pasar energi global.
- Fluktuasi nilai tukar dan biaya transportasi internasional.
- Transisi global menuju energi bersih yang dapat menurunkan permintaan batu bara.
- Persaingan Bisnis antar perusahaan sejenis
- Mulai diberlakukan peraturan internasional tentang pemanfaatan batubara
- Kondisi ekonomi berpotensi mengalami fluktuasi ekonomi

C. Strategi Pengembangan

Berdasarkan hasil analisis SWOT, PT. ELS dapat mengembangkan beberapa strategi utama:

Strategi SO:

1. Memperluas pasar ekspor dengan memanfaatkan jaringan global dan reputasi baik.
2. Perusahaan harus mengembangkan bisnis dengan konsep fokus dan lebih maksimal dalam melayani konsumen
3. Perusahaan harus menghindari untuk mengejar keuntungan yang bersifat jangka pendek.
4. Menciptakan/Menjaga produk dengan standar kualitas internasional sehingga dapat menembus pasar Luar Negeri lebih besar.

Strategi WO:

1. Memperkuat struktur keuangan untuk mengurangi risiko fluktuasi harga.
2. Perusahaan harus menjalin kerjasama dengan mitra bisnis luar negeri untuk menembus pasar Luar Negeri.
3. Mitra bisnis luar negeri untuk menembus pasar Luar Negeri, efisiensi dan efektivitas Anggaran.



DOI: 10.52362/jisamar.v10i1.2182

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Strategi ST:

1. Menjaga efisiensi logistik dan memperkuat hubungan dengan pelanggan utama.
2. Menghindari keputusan yang bersifat inkonstitusional
3. Perusahaan tidak perlu melakukan keputusan yang bersifat gegabah karena ingin mengejar profit yang tinggi

Strategi WT:

1. Mulai melakukan studi kelayakan diversifikasi ke sektor energi alternatif.
2. Peningkatan SDM secara Maksimal
3. Kontrak dan kesepakatan kerja harus dilakukan secara mekanisme yang terukur
4. Lakukan evaluasi secara berkala supaya terciptanya target pekerjaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan pada PT. ELS maka dapat diidentifikasi dan disimpulkan untuk situasi internal maupun eksternal perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Sudah memiliki pelanggan tetap baik di dalam negeri maupun di luar negeri.
2. PT. ELS memiliki kekuatan signifikan dalam jaringan pasar, kualitas produk, dan efisiensi operasional. Namun, perusahaan juga perlu mengantisipasi ancaman perubahan regulasi dan transisi energi global dengan strategi diversifikasi jangka panjang. Melalui pemanfaatan peluang pasar dan peningkatan efisiensi, PT. ELS dapat memperkuat daya saing dan keberlanjutan bisnisnya di industri energi.

REFERENASI

- [1] H. Kusuma, "Desentralisasi fiskal dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia," *J. Ekon. Kuantitatif Terap.*, vol. 9, no. 1, p. 228357, 2016.
- [2] K. E. dan S. D. Mineral, "Statistik Batu Bara Indonesia," *Kementeri. Energi dan Sumber Daya Miner.*, 2023.
- [3] B. Dudley, "BP statistical review of world energy 2014," in *Proceedings of the World Petroleum Conference, Moscow, Russia*, 2014, vol. 16.
- [4] B. P. S. Indonesia, "Badan Pusat Statistik Indonesia," *Badan Pus. Stat. Indones.*, vol. 53, 2025.
- [5] T. L. Wheelen and J. D. Hunger, *Strategic management and business policy*, vol. 46. Addison-Wesley Reading, MA, 1995.
- [6] G. K. Nathanael, "Kerjasama Luar Negeri Indonesia dan China: Studi Kasus Ekspor Batubara," *Mandala J. Ilmu Hub. Int.*, vol. 3, no. 2, pp. 203–219, 2020.
- [7] A. KAHFI, "ANALISIS STRUKTUR PASAR INDUSTRI BATUBARA DAN PENGARUH PRODUKSINYA TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA".
- [8] S. Yulia and I. Chandriyanti, "Analisis Daya Saing Komparatif dan Kompetitif Ekspor Komoditas Batu Bara Tiga Negara Berkembang (Indonesia, Afrika Selatan dan Kolombia)," *Ecoplan*, vol. 4, no. 2, pp. 99–110, 2021.



DOI: 10.52362/jisamar.v10i1.2182

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

- [9] A. Savanna, “Pengaruh Paris Agreement terhadap Industri Batubara di Indonesia Tahun 2017-2022.,” *J. Hub. Int.*, vol. 17, no. 2, 2024.
- [10] A. Suhaemi, “IMPLIKASI KETIDAKPASTIAN HUKUM LARANGAN EKSPOR NIKEL MENTAH DALAM PERATURAN MENTERI ENERGI DAN SUMBER DAYA MINERAL NOMOR 11 TAHUN 2019 TERHADAP INDUSTRI PERTAMBANGAN MINERAL PERIODE TAHUN 2020–2022.” Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- [11] B. P. Statistik and S. T. Indonesi, “Badan Pusat Statistik 2020,” *Jakarta BPS RI*, 2020.
- [12] B. P. Statistik and K. B. BARAT, “Tahun 2023,” *Produksi Cabai Rawit Di Kabupaten Ngada*.
- [13] A. Meganingratna and A. O. Rumengan, “Dilema Hijau: Analisis Pengaruh Investasi Smelter Nikel China Di Sulawesi Tenggara Terhadap Komitmen Sustainable Development Goals Lingkungan Indonesia,” *Din. Gov. J. Ilmu Adm. Negara*, vol. 14, no. 4, 2025.
- [14] N. N. Ramadhan and I. G. N. P. Widiatedja, “TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PERJANJIAN KERJASAMA ECONOMIC PARTNERSHIP AGREEMENT (EPA) ANTARA INDONESIA DAN EAST AFRICA COMMUNITY (EAC),” *J. Media Akad.*, vol. 3, no. 3, 2025.
- [15] F. A. Mubarakh, R. Yulianti, and M. Yusuf, “Implementasi Strategi Dinas Lingkungan Hidup Dalam Menangani Sampah Di Kota Serang,” *J. Adm. Publik*, vol. 12, no. 2, 2021.
- [16] T. L. Wheelen, J. D. H. A. N. Hoffman, and C. E. Bamford, *Strategic management and business policy globalization*. Pearson Education Limited, 2018.
- [17] R. M. Grant, “Analisis Strategi Kontemporer,” *Konsep, Tek. Apl.*, 1999.
- [18] K. R. Andrews and D. K. David, *The concept of corporate strategy*, vol. 3. Irwin Homewood, IL, 1987.
- [19] S. Prayetno, H. Permadi, W. Sarikusumaningtyas, and A. Sundari, “Usaha Peningkatan Pelayanan Blud Rsud Majalaya Ditinjau Dari Perspektif Manajemen Sumber Daya Manusia,” *Media Bina Ilm.*, vol. 16, no. 9, pp. 7417–7438, 2021.
- [20] F. Rangkuti, *SWOT–Balanced Scorecard*. Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- [21] F. Rangkuti, “Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis,” *Language (Baltim).*, vol. 13, no. 246p, p. 23cm, 2015.

