

ANALISIS KEKUATAN, KELEMAHAN, PELUANG, DAN ANCAMAN (SWOT) PADA PT KAWAN LAMA GROUP

Aribah Fadiyah¹, Daspar SE.,MM²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa,
Bekasi, Jawa Barat, Indonesia

E-mail: aribahfadiyah01@gmail.com, daspar@pelitabangsa.ac.id

ABSTRACT

This research is intended to analyze the elements of strength, weakness, potential opportunities, and challenges (SWOT) faced by the Kawan Lama Group. For this analysis, the SWOT method is used which is based on secondary data from various reliable sources. The findings of this study indicate that Kawan Lama Group has considerable strength and many opportunities to grow in the Indonesian market. With the IFE and EFE Matrix approaches, the company's location is detected in Quadrant I of the SWOT strategy, which indicates an aggressive strategy. This condition illustrates that the company is in a very favorable state for expansion and growth. This study offers strategies that can be implemented by the company to maximize this potential, such as digital development, market expansion, and product innovation.

Keywords: SWOT, Business Strategy, Kawan Lama Group, Internal and External Analysis.

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis unsur kekuatan, kelemahan, potensi peluang, serta tantangan (SWOT) yang dihadapi oleh Kawan Lama Group. Untuk analisis ini, digunakan metode SWOT yang berlandaskan data sekunder dari berbagai sumber yang dapat dipercaya. Temuan dari studi ini mengindikasikan bahwa Kawan Lama Group memiliki kekuatan yang cukup besar serta banyak kesempatan untuk tumbuh di pasar Indonesia. Dengan pendekatan IFE dan EFE Matrix, lokasi perusahaan terdeteksi berada di Kuadran I strategi SWOT, yang menunjukkan strategi agresif. Kondisi ini menggambarkan bahwa perusahaan berada dalam keadaan yang sangat menguntungkan untuk ekspansi dan pertumbuhan. Penelitian ini menawarkan strategi yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan untuk memaksimalkan potensi tersebut, seperti pengembangan digital, perluasan pasar, dan inovasi produk.

Kata Kunci: SWOT, Strategi Bisnis, Kawan Lama Group, Analisis Internal dan Eksternal.

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagirism checker no 80

Doi : prefix doi :
[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Di zaman globalisasi dan kemajuan teknologi saat ini, persaingan di dunia bisnis semakin ketat dan intens. Kawan Lama Group, yang merupakan grup perusahaan distribusi alat teknik, gaya hidup, dan ritel terkemuka di Indonesia, harus menilai keberlangsungan bisnisnya. Analisis SWOT merupakan alat yang berguna untuk mengenali situasi ini dan merancang strategi pertumbuhan.

Kawan Lama Group adalah perusahaan yang menyediakan berbagai merek dan telah berkembang dengan cepat di Indonesia. Dengan brand-brand terkenal seperti ACE Hardware, Informa, Toys Kingdom, dan Chatime, perusahaan ini telah melayani berbagai jenis konsumen di seluruh Indonesia. Seiring dengan meningkatnya intensitas persaingan di pasar dan kemajuan teknologi yang cepat, penting untuk mengevaluasi keadaan internal dan eksternal perusahaan. Metode yang digunakan dalam perencanaan strategi adalah analisis SWOT. Analisis SWOT membantu manajemen menentukan kekuatan dan kelemahan dalam perusahaan, serta peluang dan risiko dari luar yang mempengaruhi kesuksesan bisnis. Dengan cara ini, perusahaan dapat membuat rencana yang tepat guna meningkatkan kompetisi dan memperluas pasar mereka.

Menurut Tripomo, analisis SWOT adalah suatu penilaian yang dilakukan setelah mengidentifikasi situasi, yang bertujuan untuk menentukan kondisi yang dibagi menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Berikut ini adalah beberapa definisi SWOT dari para ahli:

- **Kotler dan Armstrong (2008):**

SWOT adalah analisis menyeluruh yang mengkaji kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh sebuah perusahaan dalam merumuskan strategi yang sesuai.

- **Freddy (2013):**

SWOT adalah analisis yang memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

- **Rangkuti (2019):**

SWOT merupakan proses pengenalan berbagai elemen dengan cara yang teratur untuk menyusun strategi perusahaan. Metode ini digunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada.

- **Kristanto et al. (2017):**

SWOT merupakan proses untuk menemukan berbagai elemen yang digunakan dalam merancang rencana bagi perusahaan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan keunggulan dan kesempatan, sambil mengurangi kekurangan dan risiko.

METODOLOGI

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian pada jurnal ini adalah analisis kualitatif deskriptif dengan menerapkan teknik SWOT.

- Menentukan faktor internal: kekuatan dan kelemahan.
- menentukan faktor eksternal: peluang dan ancaman.
- Penyusunan Matriks SWOT.

- Evaluasi Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation).

Data diperoleh dari laporan tahunan, tinjauan literatur, artikel bisnis, dan kabar industri.

KAJIAN PUSTAKA

SWOT *analysis* adalah pendekatan sistematis yang digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada suatu perusahaan atau organisasi. Menurut David (2011), menyatakan bahwa SWOT menjadi salah satu pendekatan strategis yang umum digunakan dan paling terkenal karena kesederhanaannya serta kemampuannya dalam menggabungkan informasi internal dan eksternal organisasi. Kekuatan dan kelemahan berasal dari lingkungan internal, sedangkan peluang dan ancaman berasal dari lingkungan eksternal.

Menurut Ranguti (2013), hasil analisis SWOT biasanya disajikan dalam bentuk matriks SWOT untuk merancang strategi organisasi yang sesuai, seperti strategi agresif (SO), diversifikasi (WO), survival (ST), maupun defensif (WT). Sementara itu, Wheelen dan Hunger (2012) menekankan bahwa SWOT adalah langkah awal dalam proses manajemen strategis yang digunakan untuk menetapkan posisi kompetitif organisasi di pasar.

Kawan Lama Group, sebagai perusahaan multibrand besar, harus menerapkan pendekatan SWOT secara terencana untuk menjaga keunggulan kompetitifnya. Penggunaan matriks IFE dan EFE, yang mengevaluasi faktor internal dan eksternal, merupakan langkah krusial dalam mengukur kekuatan dan kelemahan dari dalam serta peluang dan ancaman dari luar yang dihadapi oleh perusahaan.

• Analisis SWOT

Igor Ansoff, dalam bukunya yang diterbitkan pada tahun 1965 dengan judul "Corporate Strategy: An Analytical Approach to Business Policy for Growth and Expansion", membahas analisis SWOT dan penerapannya untuk mengembangkan strategi perusahaan. Di dalam karyanya, Ansoff menjelaskan bahwa analisis SWOT dapat membantu perusahaan memahami komponen-komponen dari dalam dan luar organisasi yang mampu memberikan pengaruh keberhasilan dari strategi yang dijalankan. Ia pun ikut serta mendiskusikan pentingnya mengevaluasi kekuatan yang dimiliki perusahaan, kelemahan yang harus diperbaiki, peluang yang harus dimanfaatkan, serta ancaman yang perlu diantisipasi. Selain itu, Ansoff juga menguraikan bagaimana analisis SWOT dapat berfungsi untuk menetapkan strategi yang cocok dengan posisi perusahaan. Ia mengemukakan empat tipe strategi utama yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan berdasarkan hasil analisis SWOT, antara lain:

- 1) Strategi Pertumbuhan Pasar (Market Penetration): Strategi ini berfokus pada tindakan untuk memperluas pangsa pasar dengan cara meningkatkan keunggulan dalam bersaing, memperdalam penetrasi pasar, atau menjaga posisi yang sudah ada.
- 2) Strategi Pengembangan Pasar (Market Development): Dalam strategi ini, usaha dilakukan untuk memasuki pasar baru dengan produk atau layanan yang sudah ada. Organisasi bisa menemukan peluang di pasar yang belum dijelajahi atau dengan memperluas ke lokasi baru.
- 3) Strategi Pengembangan Produk (Product Development): Pendekatan ini menitikberatkan pada penciptaan produk baru atau penyempurnaan produk yang sudah ada, guna menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen maupun dinamika tren pasar yang sedang berkembang.
- 4) Strategi Diversifikasi (Diversification): Strategi ini mencakup pengembangan kegiatan bisnis dengan memasuki pasar atau sektor baru yang dan tidak berhubungan dengan bisnis utama organisasi. Diversifikasi bisa dilakukan melalui pengembangan produk baru atau melalui akuisisi Perusahaan.

→ **Strengths (Kekuatan)**

- Jaringan distribusi nasional yang luas.
- Brand awareness tinggi melalui ACE Hardware, Informa, Toys Kingdom, dan anak usaha lainnya.
- Ragam produk yang sangat beragam dan berkualitas.
- Loyalitas pelanggan yang kuat.

→ **Weaknesses (Kelemahan)**

- Ketergantungan pada produk impor.
- Biaya operasional toko fisik yang tinggi.
- Adaptasi digitalisasi masih tertinggal dari beberapa kompetitor baru.

→ **Opportunities (Peluang)**

- Pertumbuhan e-commerce yang pesat.
- Urbanisasi dan pertumbuhan kelas menengah di Indonesia.
- Permintaan tinggi untuk peralatan rumah tangga, furnitur, dan gaya hidup pasca-pandemi.

→ **Threats (Ancaman)**

- Kompetisi dari marketplace digital besar.
- Perubahan perilaku konsumen menuju belanja online.
- Fluktuasi nilai tukar mata uang asing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

• Matriks SWOT

	Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
Strengths	Memperluas jaringan e-commerce berbasis brand kuat.	Penguatan layanan digital untuk menghadapi marketplace.
Weaknesses	Pengembangan produk lokal untuk mengurangi ketergantungan impor.	Efisiensi biaya operasional dan pengurangan ketergantungan pada impor.

• Matriks IFE (Internal Factor Evaluation)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Brand kuat dan jaringan luas	0,20	4	0,80
Ragam produk	0,15	3	0,45
Ketergantungan impor	0,10	2	0,20
Biaya operasional tinggi	0,10	2	0,20
Adaptasi digitalisasi lambat	0,15	2	0,30
Loyalitas pelanggan	0,30	4	1,20
Total	1,00		3,15

• Matriks EFE (External Factor Evaluation)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Pertumbuhan e-commerce	0,25	4	1,00
Urbanisasi dan kelas menengah	0,20	3	0,60
Permintaan alat rumah, furnitur dan gaya hidup	0,15	3	0,45
Persaingan marketplace	0,20	2	0,40
Fluktuasi nilai tukar	0,20	2	0,40
Total	1,00		2,85

• Strategi yang Direkomendasikan

1) Strategi SO (Strength-Opportunities)

- Memanfaatkan kekuatan brand untuk memperluas platform e-commerce.
- Membuka flagship online store dengan segmentasi produk premium.

2) Strategi WO (Weakness-Opportunities)

- Diversifikasi produk lokal untuk mengurangi ketergantungan pada impor.
- Investasi dalam teknologi digital dan warehouse automation.

3) Strategi ST (Strength-Threats)

- Memperkuat layanan berbasis omnichannel (online dan offline).
- Meningkatkan program loyalitas berbasis aplikasi untuk mempertahankan pelanggan.

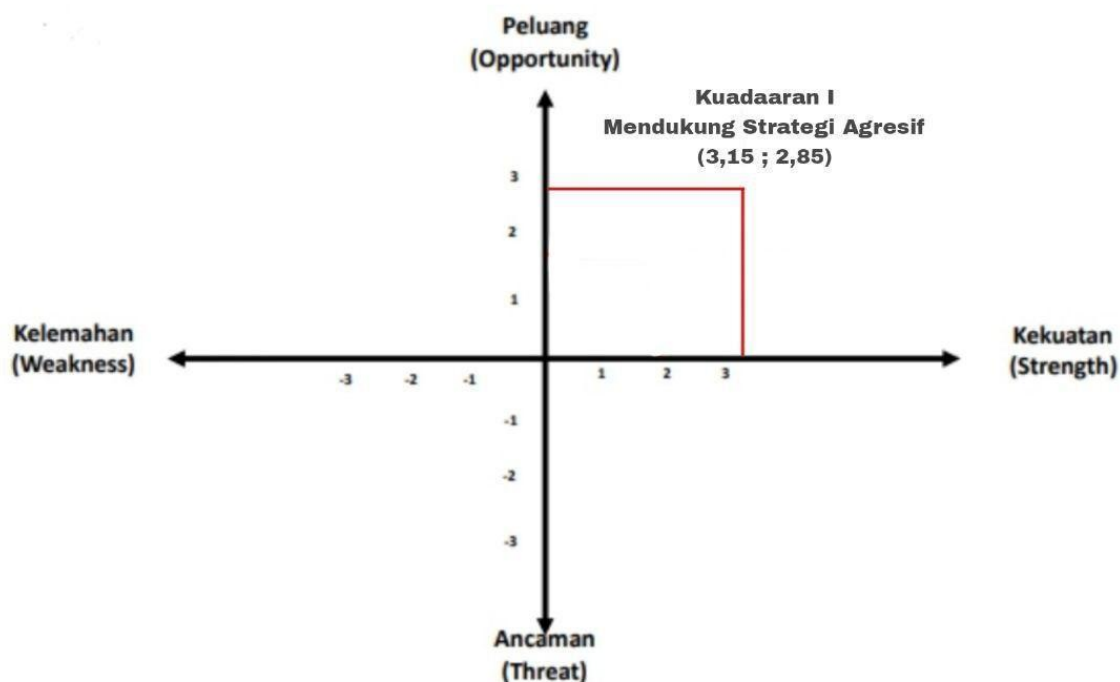
4) Strategi WT (Weakness-Threats)

- Efisiensi operasional melalui digitalisasi inventaris dan supply chain.
- Mitigasi risiko fluktuasi kurs dengan pengembangan produk dalam negeri.

- **Diagram Kartesius SWOT**

Berdasarkan nilai IFE yang mencapai 3,15 dan nilai EFE sebesar 2,85, Kawan Lama Group terletak di Kuadran I pada analisis SWOT. Kuadran ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang cukup besar serta banyak peluang di luar. Posisi ini sangat cocok untuk menerapkan strategi agresif, seperti memperluas pasar, menciptakan inovasi produk, serta meningkatkan teknologi digital.

Berikut ini adalah representasi visual dalam bentuk diagram kartesius SWOT:



(Diagram SWOT ditambahkan sebagai lampiran atau gambar visual dalam dokumen)

Dalam diagram, posisi titik koordinat (3,15 ; 2,85) terletak di sudut kanan atas, yang mengindikasikan adanya dominasi dalam kekuatan dan peluang. Dengan demikian, perusahaan harus mengarahkan strategi utamanya untuk berkembang secara aktif dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki guna mengambil peluang luar yang tersedia.

KESIMPULAN DAN SARAN

• Kesimpulan

Analisis SWOT mengungkapkan bahwa Kawan Lama Group memiliki kekuatan yang kuat di sektor merek dan jaringan, tetapi mereka perlu memperbaiki kemampuan digital agar dapat bersaing di pasar dan menghadapi perubahan perilaku konsumen. Strategi yang disarankan mencakup penguatan pada platform e-commerce, diversifikasi produk lokal, serta peningkatan operasional yang mengandalkan teknologi.

Setelah melakukan analisis SWOT untuk Kawan Lama Group, dapat disimpulkan bahwa perusahaan didukung oleh potensi internal yang kuat serta menemukan peluang eksternal yang baik. Ini terlihat dari skor IFE yang mencapai 3,15 dan skor EFE yang sebesar 2,85, yang menempatkan perusahaan pada Kuadran I dalam analisis SWOT. Posisi ini memungkinkan perusahaan untuk menerapkan strategi agresif seperti memperluas pasar, melakukan transformasi digital, dan menciptakan inovasi produk.

Saran

1. Perusahaan disarankan untuk terus berinvestasi dalam pengembangan teknologi digital guna meningkatkan daya saing di pasar e-commerce.
2. Melakukan diversifikasi dan peningkatan kualitas produk lokal untuk mengurangi ketergantungan terhadap impor.
3. Menjaga dan memperkuat loyalitas pelanggan melalui inovasi layanan dan program loyalti yang berbasis digital.
4. Meningkatkan efisiensi operasional dengan menerapkan manajemen rantai pasok berbasis teknologi.
5. Menyusun kebijakan mitigasi risiko terhadap fluktuasi ekonomi global, khususnya terkait nilai tukar.

DAFTAR PUSTAKA

- Daspar, S.E., M.M. (2024). *Analisis SWOT*. Universitas Pelita Bangsa.
- Tripomo, T. (2023). *Manajemen Strategis: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F.R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wheelen, T.L., & Hunger, J.D. (2012). *Strategic Management and Business Policy*. Pearson Education.
- Kawan Lama Group. (2024). Laporan Tahunan. Diakses dari www.kawanlamagroup.com
- Katadata Insight Center. (2023). *Tren Belanja Online di Indonesia*.
- BPS (2023). *Statistik E-commerce Indonesia*.