

ANALISIS SWOT PT EPSON INDONESIA

Qorry Najwa A'lima¹, Daspar SE.,MM²^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa,
Bekasi, Jawa Barat, IndonesiaE-mail: qorrynajwaalima@gmail.com, daspar@pelitabangsa.ac.id**ABSTRACT**

This study aims to analyze the strategic position of PT Epson Indonesia using a SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) approach. As a subsidiary of Japan's Seiko Epson Corporation, PT Epson Indonesia possesses strong competitive advantages such as innovative technology (EcoTank), global brand reputation, and an extensive distribution network. However, the company also faces significant challenges, including increasing competition from both local and international brands, shifts in consumer behavior due to digitalization, and fluctuations in foreign exchange rates. This research employs a descriptive qualitative method with a case study approach. Data were collected through literature review, internal documents, and the construction of SWOT, IFE (Internal Factor Evaluation), and EFE (External Factor Evaluation) matrices. The analysis reveals that while Epson's internal strengths support its growth, adaptive external strategies are required to capitalize on market opportunities and mitigate threats. Recommended strategies include product diversification into projectors, scanners, and industrial robots; strengthening digital presence through e-commerce and online services; and adjusting pricing with bundled offers to remain competitive.

Keywords: SWOT, business strategy, PT Epson Indonesia, innovation, sustainability, digitalization.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis posisi strategis PT Epson Indonesia menggunakan pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Sebagai bagian dari Seiko Epson Corporation Jepang, PT Epson Indonesia memiliki keunggulan kompetitif melalui teknologi inovatif seperti EcoTank, reputasi merek global, dan jaringan distribusi yang luas. Namun, perusahaan juga menghadapi sejumlah tantangan signifikan, seperti persaingan dari produsen lokal dan global, perubahan perilaku konsumen akibat digitalisasi, serta fluktuasi nilai tukar mata uang asing. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui telaah literatur, dokumen internal, serta penyusunan Matriks SWOT, IFE (Internal Factor Evaluation), dan EFE (External Factor Evaluation). Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan internal Epson mendukung pertumbuhan perusahaan, tetapi perlu ditunjang dengan strategi eksternal yang adaptif untuk memanfaatkan peluang pasar dan mengatasi ancaman. Strategi yang direkomendasikan meliputi diversifikasi produk ke sektor proyektor, scanner, dan robot industri; penguatan kehadiran digital melalui e-commerce dan layanan daring; serta penyesuaian harga dan penawaran bundling agar lebih kompetitif.

Kata Kunci: SWOT, strategi bisnis, PT Epson Indonesia, inovasi, keberlanjutan, digitalisasi.

Article history

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagiarism 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

Perkembangan industri teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mendorong perusahaan-perusahaan global untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan dinamika pasar. Salah satu perusahaan yang aktif dalam persaingan ini adalah PT Epson Indonesia, anak perusahaan dari Seiko Epson Corporation yang berbasis di Jepang. Epson dikenal luas sebagai produsen perangkat elektronik, khususnya printer, proyektor, scanner, dan solusi industri berbasis teknologi presisi. Di pasar Indonesia, Epson telah membangun reputasi sebagai produsen printer berkualitas tinggi, terutama dengan teknologi EcoTank yang menawarkan efisiensi biaya dan ramah lingkungan. Kehadiran Epson diperkuat dengan jaringan distribusi dan layanan purna jual di berbagai kota besar, menjadikannya salah satu pemimpin pasar dalam segmen printer dan perangkat cetak. Namun, meskipun memiliki berbagai keunggulan, PT Epson Indonesia juga menghadapi tantangan yang tidak ringan. Kompetisi dari produsen global seperti Canon, HP, dan Brother serta masuknya brand Tiongkok dengan harga kompetitif menggerus pangsa pasar. Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang mulai beralih ke dokumen digital, serta ketergantungan perusahaan pada lini produk printer, menimbulkan risiko tersendiri terhadap kesinambungan bisnis.

Oleh karena itu, diperlukan sebuah kajian strategis untuk memahami posisi PT Epson Indonesia secara menyeluruh dan menentukan langkah-langkah yang perlu diambil untuk meningkatkan daya saingnya di pasar nasional. Salah satu pendekatan yang relevan adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Artikel ini bertujuan untuk menyajikan hasil analisis SWOT terhadap PT Epson Indonesia dan memberikan rekomendasi strategi bisnis yang dapat diterapkan untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasarnya di Indonesia. Dengan pendekatan ini, diharapkan perusahaan dapat lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis dan mampu menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi konsumen dan pemangku kepentingan.

TINJAUAN PUSTAKA

• Konsep Strategi Bisnis

Strategi bisnis adalah kerangka komprehensif yang dirancang oleh organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang, termasuk keunggulan kompetitif dan pertumbuhan berkelanjutan. Porter (1985) menekankan tiga pendekatan utama dalam strategi bersaing: kepemimpinan biaya (menjadi produsen berbiaya terendah), diferensiasi (menawarkan produk unik), dan fokus (menarget segmen pasar spesifik). Dalam industri teknologi seperti Epson,

strategi harus adaptif terhadap dinamika pasar, seperti percepatan inovasi dan perubahan preferensi konsumen. Misalnya, Epson menggabungkan diferensiasi melalui teknologi EcoTank dengan kepemimpinan biaya melalui efisiensi produksi. Strategi ini juga harus mempertimbangkan analisis lingkungan eksternal (seperti regulasi dan kompetisi) serta kapabilitas internal (seperti R&D dan manajemen rantai pasok).

- **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah alat kritis untuk menilai kondisi internal dan eksternal perusahaan. Kekuatan (Strengths) dan Kelemahan (Weaknesses) adalah faktor internal, seperti keunggulan teknologi, brand equity, atau keterbatasan sumber daya. Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats) bersifat eksternal, misalnya pertumbuhan pasar digital atau ancaman disruptor baru. Gürel & Tat (2017) menyatakan bahwa SWOT harus dikaitkan dengan strategi konkret: kekuatan dimanfaatkan untuk merebut peluang (strategi SO), kelemahan diperbaiki untuk menghadapi ancaman (strategi WT), dan seterusnya. Contohnya, Epson dapat memanfaatkan kekuatan inovasinya (seperti printer ramah lingkungan) untuk menjawab peluang permintaan pasar akan produk berkelanjutan (strategi SO).

- **Matriks IFE dan EFE**

Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation) memberikan pendekatan kuantitatif untuk analisis SWOT. IFE menilai faktor internal (misalnya: skor tinggi untuk kapabilitas R&D, skor rendah untuk ketergantungan pada pemasok tunggal) dengan pemberian bobot dan rating berdasarkan signifikansinya. EFE mengukur respons perusahaan terhadap faktor eksternal (seperti peluang pertumbuhan pasar atau ancaman perang harga). Hunger & Wheelen (2011) menjelaskan bahwa total skor IFE/EFE menentukan posisi perusahaan dalam Matriks IE (Internal-External): skor tinggi (≥ 2.5) menunjukkan kapabilitas kuat atau peluang besar, sehingga strategi ofensif (seperti ekspansi pasar) dapat diterapkan. Skor rendah (< 2.5) memerlukan strategi defensif, seperti konsolidasi atau divestasi.

- **Inovasi Teknologi dalam Industri Elektronik**

Inovasi adalah tulang punggung daya saing di industri elektronik. Chesbrough (2003) memperkenalkan konsep open innovation, di mana perusahaan berkolaborasi dengan ekosistem eksternal (startup, universitas, atau pesaing) untuk mempercepat pengembangan produk. Epson, misalnya, mengadopsi pendekatan ini dengan mengintegrasikan teknologi cetak berkelanjutan (seperti EcoTank) dan solusi digital (cloud printing). Tren terkini seperti IoT (Internet of Things) dan AI-driven automation juga mendorong perusahaan untuk berinovasi dalam layanan pascapenjualan (predictive maintenance). Tantangannya adalah menjaga keseimbangan antara kecepatan inovasi dan stabilitas produk, serta memastikan keamanan data dalam era digital.

- **Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Keberlanjutan tidak lagi sekadar CSR (Corporate Social Responsibility), tetapi menjadi inti strategi bisnis. Elkington (1998) merumuskan Triple Bottom Line (3P): Profit, People, Planet, yang menuntut perusahaan untuk seimbang dalam pencapaian ekonomi, tanggung jawab sosial, dan perlindungan lingkungan. Epson menerapkan prinsip ini melalui produk hemat energi, program daur ulang tinta, dan pengurangan emisi karbon. Di Indonesia, tekanan regulasi (sejak UU Nomor 32/2009 tentang Perlindungan Lingkungan) dan preferensi konsumen hijau (green consumerism) memperkuat urgensi strategi berbasis ESG (Environmental, Social, Governance). Keberlanjutan juga menjadi diferensiasi merek di tengah persaingan, sekaligus mengurangi risiko reputasi.

- **Persaingan dalam Industri Teknologi Informasi**

Laporan IDC menunjukkan bahwa pasar teknologi informasi di Asia Tenggara sangat kompetitif, dipicu oleh masuknya pemain baru dari Tiongkok dengan harga agresif dan model bisnis fleksibel (seperti layanan berlangganan). Untuk bertahan, perusahaan seperti Epson perlu fokus pada nilai tambah (contoh: integrasi layanan digital) dan strategi diferensiasi niche (segamai printer industri untuk segmen korporat). Analisis Five Forces Porter relevan di sini: daya tawar pembeli yang tinggi dan ancaman substitusi (misal: paperless office) memaksa perusahaan untuk berinvestasi dalam inovasi dan membangun loyalitas pelanggan melalui experience yang unik. Selain itu, kolaborasi dengan distributor lokal dan adaptasi terhadap preferensi regional (sejak budaya cetak di Indonesia masih tinggi) menjadi kunci sukses.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi strategis PT Epson Indonesia melalui analisis SWOT. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan data secara mendalam tanpa melakukan manipulasi variabel. Penelitian ini bersifat non-empiris, karena tidak melibatkan pengumpulan data langsung dari lapangan, melainkan sepenuhnya mengandalkan studi literatur (library research) sebagai sumber utama data.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yang diperoleh dari berbagai literatur akademik dan publikasi resmi perusahaan. Sumber-sumber tersebut meliputi buku-buku ilmiah yang membahas teori strategi bisnis dan analisis SWOT, artikel jurnal ilmiah dari berbagai bidang yang relevan seperti manajemen strategis dan pemasaran, laporan tahunan dan

laporan keberlanjutan dari PT Epson Indonesia dan Seiko Epson Corporation, serta laporan pasar dari lembaga riset seperti IDC, GfK, dan Statista. Selain itu, peneliti juga menggunakan informasi dari situs web resmi perusahaan dan media kredibel sebagai pelengkap.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik studi pustaka, yaitu dengan menelusuri, mengidentifikasi, dan mengkaji berbagai dokumen dan sumber literatur yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis) dan kerangka analisis SWOT. Langkah awal dalam proses analisis adalah mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi posisi strategis perusahaan. Selanjutnya, faktor-faktor tersebut disusun dalam sebuah matriks SWOT untuk melihat keterkaitan dan potensi kombinasi antar elemen sebagai dasar penyusunan strategi.

Hasil dari matriks SWOT kemudian diinterpretasikan secara deskriptif untuk merumuskan strategi yang paling sesuai dengan kondisi aktual perusahaan. Strategi-strategi tersebut dianalisis berdasarkan empat kemungkinan kombinasi: kekuatan-peluang (SO), kelemahan-peluang (WO), kekuatan-ancaman (ST), dan kelemahan-ancaman (WT). Untuk menjaga validitas data, peneliti menerapkan triangulasi teori dengan membandingkan sejumlah sumber literatur, menggunakan referensi yang kredibel dan terbaru, serta melakukan pengecekan silang untuk memastikan konsistensi informasi antar sumber. Karena bersifat literatur, lokasi penelitian tidak terbatas secara geografis dan dilakukan melalui akses daring terhadap sumber pustaka akademik, publikasi perusahaan, dan repositori ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

• ANALISIS SWOT PT EPSON INDONESIA

1. Strengths (Kekuatan)

a. Reputasi dan Brand Global

Epson adalah bagian dari Seiko Epson Corporation (Jepang) yang sudah mendunia dan memiliki kepercayaan tinggi di kalangan konsumen Indonesia, terutama untuk printer dan perangkat optik.

b. Teknologi Inovatif dan Ramah Lingkungan

Epson dikenal dengan teknologi EcoTank dan sistem tinta isi ulang yang hemat biaya dan ramah lingkungan. Ini menjadi keunggulan di tengah meningkatnya kesadaran lingkungan.

c. Kualitas dan Daya Tahan Produk Tinggi

Produk Epson, khususnya printer, memiliki umur pakai yang panjang dan kinerja tinggi, cocok untuk kebutuhan rumah tangga hingga industri.

d. Jaringan Distribusi dan Servis yang Luas

Epson memiliki kantor cabang, pusat servis resmi, dan mitra distribusi di berbagai kota besar di Indonesia, memudahkan pelanggan dalam pembelian dan perawatan.

e. Investasi Besar pada R&D

Epson terus berinvestasi dalam pengembangan teknologi baru, termasuk untuk pasar industri (robotik, sensor presisi, proyektor, dll).

2. Weaknesses (Kelemahan)

a. Harga Produk Relatif Tinggi

Dibandingkan beberapa brand pesaing dari Tiongkok dan lokal, harga printer Epson relatif lebih mahal, sehingga kurang menjangkau semua segmen.

b. Ketergantungan pada Satu Segmen Produk

Sebagian besar pendapatan masih bergantung pada penjualan printer, yang membuat perusahaan rentan terhadap penurunan permintaan cetak.

c. Layanan Purna Jual Kurang Merata

Di luar kota besar, akses terhadap servis resmi dan suku cadang Epson masih terbatas, yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan.

d. Beberapa Produk Membutuhkan Perawatan Rutin

Misalnya printer infus atau EcoTank perlu perawatan berkala, yang bisa menyulitkan pengguna awam.

3. Opportunities (Peluang)

a. Pertumbuhan E-commerce

Penjualan perangkat teknologi melalui platform online (Tokopedia, Shopee, dll.) membuka peluang untuk menjangkau konsumen lebih luas.

b. Digitalisasi di Dunia Pendidikan dan Perkantoran

Program digitalisasi sekolah, kantor desa, UMKM, dan usaha percetakan membuka pasar baru untuk printer dan perangkat optik Epson.

c. Permintaan terhadap Produk Ramah Lingkungan

Pemerintah dan konsumen mulai mencari produk yang hemat energi, rendah emisi, dan minim limbah, selaras dengan keunggulan EcoTank.

d. Ekspansi ke Produk Non-printer

Epson juga memproduksi proyektor, robot industri, scanner, dan peralatan optik presisi ini bisa dimanfaatkan untuk ekspansi pasar.

4. Threats (Ancaman)

a. Persaingan dari Produsen Global dan Lokal

Canon, HP, Brother, dan brand Tiongkok seperti Xiaomi menawarkan printer dengan harga lebih rendah dan fitur yang kompetitif.

b. Perubahan Perilaku Konsumen akibat Digitalisasi

Masyarakat semakin beralih ke dokumen digital (PDF, email, cloud) sehingga kebutuhan mencetak menurun.

c. Fluktuasi Nilai Tukar Rupiah

Karena sebagian besar komponen diimpor, nilai tukar yang tidak stabil bisa meningkatkan biaya produksi dan harga jual.

d. Regulasi Lingkungan dan Teknologi Baru

Peraturan pemerintah yang ketat soal limbah elektronik atau efisiensi energi bisa menambah biaya operasional perusahaan.

Analisis SWOT merupakan alat strategis yang digunakan untuk mengevaluasi posisi perusahaan dari aspek internal dan eksternal. Dalam penelitian ini, SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang dihadapi oleh PT Epson Indonesia dalam menjalankan aktivitas bisnisnya di pasar teknologi dan elektronik. Dari aspek kekuatan, PT Epson Indonesia memiliki reputasi global sebagai produsen produk-produk teknologi berkualitas tinggi, terutama dalam kategori printer, proyektor, dan peralatan pencitraan. Teknologi inovatif seperti EcoTank dan Printhead PrecisionCore menjadi nilai jual utama yang membedakan Epson dari kompetitor. Selain itu, jaringan distribusi yang luas dan layanan purna jual yang baik menjadi keunggulan kompetitif perusahaan di mata konsumen Indonesia.

Namun, dari sisi kelemahan, PT Epson Indonesia masih menghadapi tantangan dalam hal harga produk yang relatif lebih tinggi dibandingkan merek-merek pesaing dari China atau Korea Selatan. Selain itu, ketergantungan pada produk-produk tertentu seperti printer membuat diversifikasi bisnis menjadi terbatas. Di sisi lain, perubahan perilaku konsumen menuju digitalisasi juga menekan permintaan pada beberapa segmen produk fisik. Dari faktor peluang, pasar Indonesia yang besar dengan tingkat penetrasi teknologi yang terus berkembang menjadi potensi besar bagi perusahaan. Perkembangan e-commerce dan adopsi teknologi di sektor pendidikan dan UMKM menjadi celah pasar yang bisa dimanfaatkan oleh Epson. Pemerintah Indonesia juga mendorong transformasi digital nasional, yang secara tidak langsung akan

meningkatkan permintaan terhadap produk teknologi informasi dan komunikasi. Sementara itu, ancaman yang dihadapi perusahaan meliputi persaingan yang sangat ketat dengan merek-merek global dan lokal, fluktuasi nilai tukar rupiah terhadap yen atau dolar, serta kemungkinan adanya kebijakan proteksionis atau regulasi pajak impor yang bisa berdampak pada biaya distribusi dan harga jual produk.

• ANALISIS TABEL IFE DAN EFE

Tabel IFE PT Epson Indonesia

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
STRENGTHS			
Brand global dan reputasi yang kuat	0.10	4	0.40
Teknologi EcoTank yang inovatif dan ramah lingkungan	0.09	4	0.36
Kualitas dan daya tahan produk tinggi	0.08	4	0.32
Jaringan distribusi dan servis yang luas	0.07	3	0.21
Investasi besar pada R&D	0.06	3	0.18
WEAKNESSES			
Harga produk relatif tinggi	0.10	2	0.20
Ketergantungan pada segmen printer	0.08	2	0.16
Layanan purna jual belum merata	0.07	2	0.14
Perawatan produk cukup merepotkan	0.05	2	0.10
TOTAL	1.00		2.07

Sumber : Data penelitian yang telah diolah, 2025

Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) PT Epson Indonesia memberikan gambaran komprehensif mengenai posisi internal perusahaan dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Dari matriks tersebut terlihat bahwa Epson memiliki beberapa kekuatan utama yang menjadi pilar kompetitifnya. Kekuatan terbesar terletak pada brand global dan reputasi yang kuat dengan skor 0.40, diikuti oleh teknologi EcoTank yang inovatif dengan skor 0.36, serta kualitas dan daya tahan produk tinggi dengan skor 0.32. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa Epson

memiliki pondasi yang solid dalam hal reputasi merek, inovasi teknologi, dan kualitas produk. Jaringan distribusi yang luas dan investasi besar di R&D juga menjadi nilai tambah, meskipun dengan kontribusi yang sedikit lebih rendah.

Di sisi lain, matriks ini juga mengungkapkan beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan. Masalah harga produk yang relatif tinggi menjadi kelemahan paling signifikan dengan skor 0.20, diikuti oleh ketergantungan pada segmen printer (skor 0.16) dan layanan purna jual yang belum merata (skor 0.14). Kelemahan-kelemahan ini menunjukkan area-area kritis yang memerlukan perhatian khusus dari manajemen. Total skor IFE sebesar 2.07 mengindikasikan bahwa secara keseluruhan, kondisi internal Epson berada sedikit di atas rata-rata, tetapi belum mencapai level yang sangat kuat.

Analisis ini memberikan beberapa implikasi strategis yang penting. Pertama, Epson perlu memanfaatkan kekuatan utamanya - reputasi merek dan teknologi EcoTank - sebagai dasar untuk strategi diferensiasi. Kedua, perusahaan harus mengatasi kelemahan dalam hal harga dengan mungkin memperkenalkan model penetapan harga yang lebih kompetitif atau paket nilai tambah. Ketiga, diversifikasi bisnis dan perbaikan layanan purna jual harus menjadi prioritas untuk mengurangi ketergantungan pada segmen printer tradisional dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tabel EFE PT Epson Indonesia

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
OPPORTUNITIES			
Pertumbuhan e-commerce	0.10	4	0.40
Digitalisasi di sektor pendidikan dan UMKM	0.09	4	0.36
Permintaan terhadap produk ramah lingkungan	0.08	4	0.32
Ekspansi ke produk non-printer (proyektor, robotik)	0.08	3	0.24
THREATS			
Persaingan dari produsen global dan lokal	0.10	2	0.20
Perubahan perilaku konsumen ke dokumen digital	0.08	2	0.16
Fluktuasi nilai tukar rupiah	0.07	2	0.14
Regulasi lingkungan dan efisiensi energi	0.05	2	0.10
TOTAL	1.00		1.92

Sumber : Data penelitian yang telah diolah, 2025

Dalam kasus PT Epson Indonesia, terdapat delapan faktor eksternal yang diidentifikasi, masing-masing diberi bobot berdasarkan tingkat kepentingannya serta rating yang mencerminkan

sejauh mana perusahaan merespons faktor tersebut secara efektif. Dari sisi peluang, faktor yang memiliki kontribusi terbesar terhadap skor akhir adalah pertumbuhan e-commerce, dengan bobot 0,10 dan rating 4, menghasilkan skor 0,40. Hal ini menunjukkan bahwa Epson secara aktif dan efektif memanfaatkan pertumbuhan perdagangan digital untuk memperluas distribusi produk dan menjangkau konsumen secara langsung. Selanjutnya, digitalisasi di sektor pendidikan dan UMKM juga menjadi peluang signifikan dengan skor 0,36, menunjukkan bahwa Epson menyesuaikan produk dan strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan segmen ini. Permintaan terhadap produk ramah lingkungan, yang menjadi tren global, juga direspons positif oleh perusahaan, menghasilkan skor 0,32. Strategi Epson dalam mengembangkan produk hemat energi dan bebas karbon dinilai cukup relevan dengan kondisi pasar saat ini. Sedangkan peluang ekspansi ke produk non-printer seperti proyektor dan robotik mendapat skor 0,24, yang mencerminkan potensi yang sedang berkembang namun belum sepenuhnya dioptimalkan oleh perusahaan.

Di sisi ancaman, faktor yang paling berdampak adalah persaingan dari produsen global dan lokal, dengan skor 0,20. Meskipun ancaman ini memiliki bobot tertinggi di antara faktor eksternal negatif, rating yang diberikan hanya 2, yang berarti perusahaan masih perlu meningkatkan strategi bersaing, baik dari sisi harga, inovasi, maupun distribusi. Perubahan perilaku konsumen menuju penggunaan dokumen digital, serta fluktuasi nilai tukar rupiah, masing-masing memiliki skor 0,16 dan 0,14, yang menunjukkan bahwa kedua isu ini cukup berdampak namun belum ditanggapi secara optimal. Ancaman dari regulasi lingkungan dan efisiensi energi memperoleh skor terendah, yaitu 0,10, menandakan bahwa meskipun penting, regulasi ini belum menjadi fokus utama perhatian perusahaan atau masih dapat diatasi dengan strategi yang ada.

Secara keseluruhan, total skor akhir dari matriks EFE PT Epson Indonesia adalah 1,92, yang berada di bawah nilai tengah standar (2,5). Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, respon perusahaan terhadap lingkungan eksternal masih tergolong kurang efektif. Meskipun terdapat banyak peluang yang dapat dimaksimalkan, kemampuan perusahaan dalam menghadapi ancaman masih perlu ditingkatkan agar mampu mempertahankan daya saing jangka panjang di tengah persaingan industri yang semakin dinamis dan ketat.

● MATRIKS SWOT

1. S-O Strategies (Strengths – Opportunities)

a. Pengembangan produk hijau (EcoTank)

Epson dapat memanfaatkan kekuatannya dalam inovasi teknologi dengan memperluas pengembangan lini EcoTank. Produk ini dikenal hemat tinta dan

ramah lingkungan, yang sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu keberlanjutan. Melalui inovasi pada desain dan efisiensi, Epson bisa menyesuaikan produk ini dengan kebutuhan rumah tangga, UMKM, hingga industri besar. Strategi ini tidak hanya memperkuat citra merek sebagai pelopor teknologi hijau, tetapi juga menarik konsumen baru yang mempertimbangkan dampak lingkungan dari setiap produk yang mereka gunakan.

b. Pemanfaatan reputasi global untuk memperkuat e-commerce

Sebagai bagian dari Seiko Epson Corporation yang memiliki nama besar di dunia, Epson memiliki keunggulan reputasi yang sangat dipercaya oleh konsumen. Kekuatan ini dapat dimaksimalkan dengan memperluas jangkauan penjualan secara digital, khususnya melalui platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada. Epson dapat memperkenalkan kanal resmi, menawarkan promo eksklusif, serta memberikan layanan purna jual yang memudahkan konsumen untuk membeli dan merawat produk. Dengan demikian, kehadiran Epson di dunia digital akan semakin kuat dan mampu menjangkau lebih banyak konsumen di seluruh Indonesia.

c. Ekspansi di segmen teknologi baru (proyektor, robotik)

Inovasi Epson tidak terbatas pada printer saja. Epson juga memiliki teknologi canggih dalam bidang proyektor, robotik, dan scanner. Dengan melihat meningkatnya kebutuhan perangkat ini di sektor pendidikan, industri, dan hiburan, Epson dapat memperluas bisnisnya ke segmen tersebut. Produk-produk ini bisa menjadi penggerak pertumbuhan baru, sekaligus mengurangi ketergantungan terhadap pasar printer yang mulai stagnan akibat digitalisasi dokumen. Ekspansi ini juga membuka peluang kolaborasi dengan sektor-sektor seperti pendidikan digital dan industri manufaktur.

d. W-O Strategies (Weaknesses – Opportunities)

- Peluncuran produk entry-level

Salah satu kelemahan Epson adalah kurang kompetitif di pasar menengah ke bawah karena harga produk yang relatif tinggi. Untuk mengatasinya, Epson dapat merancang dan meluncurkan produk printer entry-level yang tetap memiliki kualitas baik tetapi dengan harga yang lebih terjangkau. Produk ini ditujukan untuk segmen seperti pelajar, pelaku UMKM, dan pengguna rumahan. Dengan tetap menjaga kualitas dasar dan efisiensi tinta, produk ini

dapat menjadi alternatif menarik bagi konsumen yang biasanya beralih ke merek murah.

- **Platform layanan online**

Masalah keterbatasan layanan servis di luar kota besar menjadi perhatian penting. Untuk menjawab tantangan ini, Epson bisa mengembangkan platform digital berupa aplikasi atau situs layanan pelanggan. Melalui platform ini, konsumen bisa mendapatkan panduan perawatan, melakukan klaim garansi, konsultasi teknis, hingga memesan suku cadang secara daring. Inovasi ini juga memungkinkan efisiensi biaya operasional dan memperluas jangkauan layanan ke seluruh wilayah Indonesia, termasuk daerah terpencil yang sebelumnya kurang terjangkau.

- **Diversifikasi produk**

Ketergantungan Epson terhadap printer sebagai produk utama merupakan kelemahan strategis. Untuk mengatasinya, Epson perlu mendiversifikasi lini produknya dengan memasuki pasar alat pendidikan digital, scanner rumah tangga, hingga proyektor multimedia. Diversifikasi ini membuka peluang baru di tengah transformasi digital, khususnya pada sektor pendidikan dan bisnis kecil. Produk baru juga dapat memperkuat posisi Epson di berbagai pasar dan membuat perusahaan lebih tahan terhadap gejolak permintaan produk cetak.

e. **S-T Strategies (Strengths – Threats)**

- **R&D untuk efisiensi energi dan biaya**

Epson unggul dalam riset dan pengembangan (R&D), dan kekuatan ini dapat digunakan untuk merespons ancaman dari persaingan harga dan regulasi ketat. Melalui pengembangan teknologi hemat energi dan minim biaya operasional, Epson dapat menghadirkan produk yang efisien namun tetap unggul secara kualitas. Langkah ini akan menjadi nilai tambah yang membedakan Epson dari kompetitor lokal maupun global, serta mengurangi beban biaya jangka panjang bagi konsumen.

- **Peningkatan kualitas dan inovasi**

Dalam menghadapi persaingan yang ketat, menjaga kualitas dan memperbarui inovasi secara konsisten sangat penting. Epson dapat terus memperkenalkan fitur-fitur baru seperti konektivitas wireless, integrasi cloud, atau pengaturan cetak berbasis aplikasi mobile. Strategi ini tidak hanya meningkatkan

pengalaman pengguna, tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan karena mereka merasa mendapatkan nilai lebih dari teknologi Epson.

- **Layanan pelanggan unggul**

Layanan pelanggan menjadi elemen krusial untuk mempertahankan konsumen. Epson bisa meningkatkan kualitas layanan dengan menyediakan pusat bantuan yang responsif, garansi yang fleksibel, serta program loyalitas seperti poin pembelian atau servis gratis. Pelayanan prima ini akan menciptakan kepercayaan dan kenyamanan bagi konsumen, sekaligus menjadi senjata untuk membedakan Epson dari pesaing yang hanya mengandalkan harga murah.

f. W-T Strategies (Weaknesses – Threats)

- **Strategi harga dan promosi**

Menghadapi ancaman dari kompetitor berharga murah, Epson perlu menyusun strategi harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas. Hal ini dapat dilakukan dengan menawarkan bundling produk seperti printer + tinta, diskon untuk pembelian online, atau cicilan 0%. Dengan promosi yang menarik, Epson tetap dapat bersaing di segmen harga sensitif sambil mempertahankan kualitas produknya.

- **Produksi lokal**

Ketergantungan Epson terhadap impor menjadikannya rentan terhadap fluktuasi nilai tukar dan biaya logistik. Epson dapat mempertimbangkan untuk melokalisasi sebagian proses produksi atau perakitan di Indonesia. Selain mengurangi biaya, langkah ini juga mendukung pertumbuhan industri lokal dan dapat menjadi nilai jual tambahan di mata konsumen yang semakin mendukung produk dalam negeri.

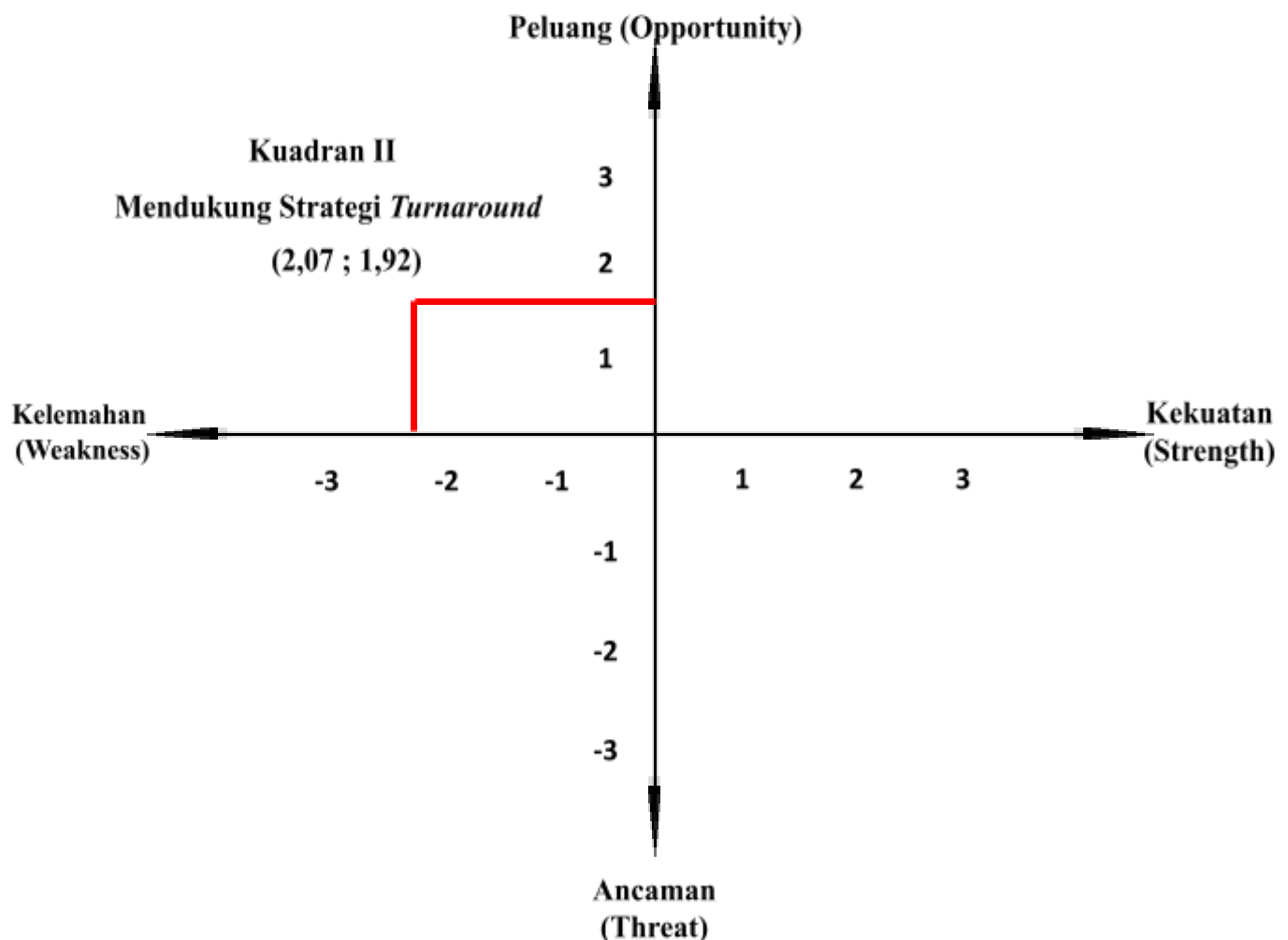
- **Edukasi perawatan produk**

Beberapa konsumen mengeluhkan kerumitan perawatan produk Epson. Untuk mengatasi hal ini, Epson dapat menyusun program edukasi berupa video tutorial, e-book, atau webinar singkat yang mengajarkan cara perawatan mandiri secara sederhana. Selain mengurangi beban layanan servis, strategi ini juga akan meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memperkuat hubungan antara merek dan pengguna.

- **DIAGRAM KARTESIUS SWOT**

Berdasarkan hasil identifikasi seluruh faktor internal dan eksternal serta perhitungan selisih evaluasinya, dapat dinyatakan dalam diagram Kartesius SWOT dimana

semua faktor diberi nilai positif (+), dan diperoleh gambar diagram Kartesius SWOT seperti berikut ini:



Sumber : Data penelitian yang telah diolah, 2025

Diagram Kartesius SWOT yang ditampilkan menunjukkan posisi strategis PT Epson Indonesia berdasarkan hasil pengukuran terhadap faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman). Dalam diagram ini, sumbu horizontal (X) mewakili faktor internal, di mana bagian kanan menunjukkan kekuatan dan bagian kiri menunjukkan kelemahan. Sedangkan sumbu vertikal (Y) mewakili faktor eksternal, dengan bagian atas menggambarkan peluang dan bagian bawah menggambarkan ancaman. Titik koordinat strategis PT Epson Indonesia berada pada posisi $(-2,07 ; 1,92)$, yang berarti bahwa perusahaan ini memiliki kelemahan internal yang lebih dominan daripada kekuatan, namun di sisi lain menghadapi lingkungan eksternal yang positif dengan banyak peluang yang bisa dimanfaatkan.

Berdasarkan posisi koordinat tersebut, PT Epson Indonesia berada pada Kuadran II dalam Diagram Kartesius SWOT. Kuadran ini mencerminkan kondisi di mana perusahaan menghadapi banyak peluang dari lingkungan luar, namun terkendala oleh berbagai kelemahan internal. Oleh karena itu, strategi yang paling tepat untuk diterapkan adalah strategi Turnaround, yaitu strategi pemulihan yang berfokus pada memperbaiki kelemahan internal agar perusahaan bisa memanfaatkan peluang eksternal yang tersedia secara optimal. Strategi ini menekankan pada perbaikan kinerja, penguatan kapasitas internal, dan penyederhanaan proses agar perusahaan dapat bangkit dan bersaing lebih kuat di pasar.

Untuk PT Epson Indonesia, penerapan strategi Turnaround dapat dilakukan melalui beberapa langkah konkret. Pertama, perusahaan perlu memperbaiki layanan purna jual dan servis, terutama di daerah luar kota besar, dengan mengembangkan platform layanan online yang lebih mudah diakses. Kedua, Epson perlu mendiversifikasi produknya agar tidak terlalu bergantung pada lini printer, misalnya dengan memperluas produk proyektor, scanner, hingga perangkat edukasi digital. Ketiga, perusahaan dapat mengembangkan produk entry-level yang lebih terjangkau agar dapat bersaing di pasar menengah ke bawah.

Selain itu, edukasi kepada pelanggan terkait perawatan produk secara mandiri juga menjadi penting agar dapat mengurangi beban servis dan meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan langkah-langkah tersebut, PT Epson Indonesia dapat memaksimalkan peluang pasar yang besar, sekaligus membenahi kelemahan internal yang selama ini menjadi penghambat pertumbuhan perusahaan.

KESIMPULAN

- **Kesimpulan**

Analisis SWOT terhadap PT Epson Indonesia menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan yang signifikan, seperti reputasi global, teknologi inovatif (EcoTank), dan jaringan distribusi yang luas. Namun, perusahaan juga menghadapi kelemahan, termasuk harga produk yang relatif tinggi dan ketergantungan pada segmen printer. Di sisi lain, terdapat peluang besar di pasar Indonesia, terutama dalam pertumbuhan e-commerce dan permintaan terhadap produk ramah lingkungan. Namun, ancaman dari persaingan yang ketat dan perubahan perilaku konsumen menuju digitalisasi menjadi tantangan yang harus dihadapi.

Posisi strategis PT Epson Indonesia berada pada Kuadran II dalam Diagram Kartesius SWOT, yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki banyak peluang eksternal tetapi terkendala oleh kelemahan internal. Oleh karena itu, strategi yang tepat untuk diterapkan adalah

strategi Turnaround, yang berfokus pada perbaikan kelemahan internal agar perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada secara optimal.

- **Saran**

Perbaikan Layanan Purna Jual: Epson perlu meningkatkan layanan purna jual, terutama di daerah luar kota besar, dengan mengembangkan platform layanan online yang memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi, melakukan klaim garansi, dan memesan suku cadang.

- a. Diversifikasi Produk: Untuk mengurangi ketergantungan pada produk printer, Epson harus mendiversifikasi lini produknya dengan memasuki pasar proyektor, scanner, dan perangkat edukasi digital. Ini akan membantu perusahaan untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas.
- b. Peluncuran Produk Entry-Level: Mengembangkan produk printer entry-level yang berkualitas namun dengan harga yang lebih terjangkau dapat membantu Epson menjangkau segmen pasar menengah ke bawah, termasuk pelajar dan pelaku UMKM.
- c. Edukasi Pelanggan: Menyusun program edukasi untuk pelanggan mengenai perawatan produk dapat mengurangi beban layanan servis dan meningkatkan kepuasan konsumen. Ini dapat dilakukan melalui video tutorial, e-book, atau webinar.
- d. Strategi Harga dan Promosi: Epson perlu menyusun strategi harga yang kompetitif, termasuk penawaran bundling dan diskon untuk pembelian online, agar tetap bersaing di pasar yang sensitif terhadap harga.
- e. Investasi dalam R&D: Melanjutkan investasi dalam riset dan pengembangan untuk menciptakan produk yang lebih efisien dan ramah lingkungan, serta memperkenalkan fitur-fitur baru yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna.

Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, PT Epson Indonesia dapat memperbaiki kelemahan internalnya dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan perusahaan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. F., Saskinah, J. A., Putri, R. R., Azz, N. A., & Ikhtizam, S. F. (2023). *Analisis Swot Dalam Perbankan: Menguji Keunggulan Dan Tantangan*. Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi, 1(1). Diakses Dari <https://Malaqbipublisher.Com/Index.Php/Jimbe>
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts And Cases* (16th Ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.). Pearson Education Limited.

Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2013). *Strategic Management: Planning For Domestic & Global Competition* (13th Ed.). McGraw-Hill Education.

Perpusteknik.Com. (2022, Oktober 17). *Analisis Swot Pt Epson*. Diakses Dari

[Https://Perpusteknik.Com/Analisis-Swot-Pt-Epson/](https://Perpusteknik.Com/Analisis-Swot-Pt-Epson/)

Rangkuti, F. (2019). *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Pt Gramedia Pustaka Utama.

Tambahpinter.Com. (2023, Februari 17). *Analisis Swot Pt Epson: Kekuatan Dan Strategi Bisnisnya*. Diakses Dari [Https://Tambahpinter.Com/Analisis-Swot-Pt-Epson/](https://Tambahpinter.Com/Analisis-Swot-Pt-Epson/)