

## ANALISIS SWOT PADA PT MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA DALAM RANGKA OPTIMALISASI KINERJA PERUSAHAAN

Putri Ramadhani<sup>1</sup>, Daspar SE.,MM<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa,  
Bekasi, Jawa Barat, Indonesia

E-mail: [putrimdhni05@gmail.com](mailto:putrimdhni05@gmail.com), [daspar@pelitabangsa.ac.id](mailto:daspar@pelitabangsa.ac.id)

### ABSTRACT

*This paper aims to analyze the business strategy of PT. Muramoto Elektronika Indonesia (MEI) through the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) approach. PT. MEI is an electronic component manufacturing company that has a strong partnership with a Japanese company and operates in Indonesia. By identifying strengths such as good reputation, modern technology, and skilled workforce, and weaknesses such as market dependence and high operating costs, the company can understand its internal position. On the external side, opportunities such as the growth of the electronics industry and global market expansion are faced with threats in the form of technological change and tight competition. Based on the results of the evaluation of internal and external factors, PT. MEI is in quadrant I, which indicates that the company is worthy of implementing an aggressive strategy (growth strategy). Recommended strategies include new product development, increasing export capacity, production efficiency, and market diversification. This analysis is expected to be a reference in making strategic decisions for the company in the future.*

**Keywords:** SWOT, aggressive strategy PT. Muramoto Elektronika Indonesia (MEI), strategic management.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis PT. Muramoto Elektronika Indonesia (MEI) melalui pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). PT. MEI merupakan perusahaan manufaktur komponen elektronik yang memiliki kemitraan kuat dengan perusahaan asal Jepang dan beroperasi di Indonesia. Dengan mengidentifikasi kekuatan seperti reputasi yang baik, teknologi modern, dan tenaga kerja terampil, serta kelemahan seperti ketergantungan pasar dan biaya operasional yang tinggi, perusahaan dapat memahami posisi internalnya. Dari sisi eksternal, peluang seperti pertumbuhan industri elektronik dan ekspansi pasar global dihadapkan pada ancaman berupa perubahan teknologi dan persaingan yang ketat. Berdasarkan hasil evaluasi faktor internal dan eksternal, PT. MEI berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa perusahaan layak menerapkan strategi agresif (strategi pertumbuhan). Strategi yang direkomendasikan meliputi pengembangan produk baru, peningkatan kapasitas ekspor, efisiensi produksi, dan diversifikasi pasar. Analisis ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan di masa mendatang.

**Kata Kunci:** SWOT, strategi agresif, PT. Muramoto Elektronika Indonesia (MEI), manajemen strategis.

### 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

PT. Muramoto Elektronika Indonesia (MEI) merupakan perusahaan penanaman modal asing (PMA) yang tergabung dalam Muramoto Group dari Jepang. Perusahaan ini berfokus pada produksi komponen elektronik seperti perakitan untuk industri elektronik, terutama klien dari Jepang dan negara-negara lain di Asia dan Eropa. PT. MEI memiliki fasilitas produksi modern dan tenaga kerja terlatih. Selama bertahun-tahun, perusahaan ini berhasil mempertahankan kualitas produk dan menjalin hubungan jangka panjang dengan para mitra bisnisnya. Di era globalisasi dan persaingan pasar bebas, perusahaan-perusahaan di seluruh dunia dituntut untuk mampu bersaing dengan cepat dan tepat dalam hal kualitas teknologi, serta efisiensi operasional. PT. Muramoto Elektronika Indonesia (MEI) sebagai salah satu perusahaan manufaktur elektronik multinasional di Indonesia, memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan sektor industri dan ekonomi nasional. Sebagai perusahaan yang memiliki afiliasi kuat dengan Jepang, PT. MEI dituntut untuk terus mengembangkan kapasitas dan daya saingnya di tengah ketatnya persaingan industri elektronik. Oleh karena itu, analisis strategi sangat dibutuhkan agar perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang secara berkelanjutan. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah analisis SWOT, yaitu metode sistematis untuk memahami kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang dihadapi perusahaan.

## TINJAUAN PUSTAKA

- **Strategi**

Menurut Porter, seorang teoritikus manajemen strategi merupakan pemilihan unik dari aktivitas-aktivitas yang berbeda untuk menciptakan keunggulan kompetitif dalam industri tertentu. Porter mengemukakan bahwa terdapat dua jenis strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif, yaitu strategi diferensiasi dan strategi biaya rendah. Strategi diferensiasi fokus pada penciptaan produk dan layanan yang unik dan menambah nilai bagi pelanggan, memungkinkan perusahaan untuk membedakan dirinya dari pesaingnya dan menarik segmen pasar yang lebih luas. Di sisi lain, strategi biaya rendah berfokus pada pengendalian biaya produksi dan operasional secara efisien sehingga perusahaan dapat menawarkan harga yang lebih kompetitif dibandingkan pesaingnya. Porter juga menekankan pentingnya memilih segmen pasar yang tepat dalam strategi bisnis. Menurutnya, perusahaan perlu memahami dan memilih segmen pasar sesuai keunggulan kompetitifnya.

Selain itu, Porter juga menyoroti pentingnya pengembangan rantai nilai (value chain) yang efektif dalam strategi. Rantai nilai mencakup semua aktivitas yang dilakukan perusahaan,

mulai dari pengadaan bahan baku hingga pemasaran dan pelayanan pelanggan. Dalam membangun keunggulan kompetitif, perusahaan perlu menganalisis dan mengoptimalkan setiap aktivitas dalam rantai nilai untuk menciptakan nilai tambah yang superior bagi pelanggan.

- **Manajemen Strategis**

Menurut Peter Drucker (1954) dalam bukunya yang berjudul "The Practice of Management" manajemen strategis adalah proses yang sistematis untuk merumuskan dan menerapkan tujuan, kebijakan, dan rencana tindakan yang mengarahkan organisasi dalam mencapai keunggulan kompetitif dan mencapai tujuan jangka panjangnya. Drucker menekankan pentingnya pengambilan keputusan berbasis fakta, analisis lingkungan eksternal dan internal, serta pemahaman yang mendalam tentang pasar dan pelanggan. Drucker juga menyoroti pentingnya orientasi pada nilai pelanggan dalam manajemen strategis. Menurutnya, organisasi harus memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka dengan baik, serta berfokus pada penciptaan tambahan inovasi dan pelayanan bagi pelanggan melalui produk atau layanan yang unik. Drucker menekankan bahwa pelanggan adalah sumber pendapatan utama bagi organisasi, dan menciptakan kepuasan pelanggan harus menjadi fokus utama dalam pengembangan strategi.

Selain itu, Drucker menekankan pentingnya adaptabilitas dan fleksibilitas dalam manajemen strategis. Menurutnya, organisasi harus mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan eksternal yang cepat, mengantisipasi tren dan pergeseran pasar, serta memiliki kemampuan untuk mengubah dan menyesuaikan strategi mereka sesuai kebutuhan. Drucker juga menggarisbawahi pentingnya kepemimpinan yang kuat dalam manajemen strategis. Menurutnya, pemimpin organisasi harus memiliki visi yang jelas, mampu menginspirasi dan memotivasi tim, serta memiliki kemampuan untuk mengarahkan upaya organisasi menuju pencapaian tujuan strategis.

- **Matriks SWOT**

Matriks SWOT adalah alat analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) suatu organisasi atau proyek. Matriks SWOT membantu dalam pengembangan strategi yang lebih efektif dengan melihat interaksi antara faktor internal dan eksternal. Menyajikan informasi dalam bentuk matriks 2x2, dengan kekuatan dan kelemahan di sisi vertikal dan peluang serta ancaman di sisi horizontal.

- a. Kekuatan (Strengths): Faktor internal positif yang dimiliki oleh organisasi atau proyek, seperti sumber daya, kompetensi, dan citra positif.
- b. Kelemahan (Weaknesses): Faktor internal negatif yang perlu diperbaiki, seperti kurangnya sumber daya, teknologi usang, atau reputasi buruk.

- c. Peluang (Opportunities): Faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan, seperti tren pasar, perubahan regulasi, atau perkembangan teknologi.
- d. Ancaman (Threats): Faktor eksternal negatif yang perlu diantisipasi, seperti persaingan ketat, perubahan kebijakan, atau krisis ekonomi.

➤ **Fungsi Matriks SWOT:**

- a. Analisis Situasi: Membantu organisasi memahami kondisi internal dan eksternal secara menyeluruh.
- b. Pengembangan Strategi: Menentukan strategi yang tepat berdasarkan interaksi antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
- c. Pembuatan Keputusan: Membantu organisasi membuat keputusan yang lebih tepat dengan mempertimbangkan semua faktor yang relevan.

➤ **Contoh Penerapan Matriks SWOT:**

- a. Bisnis: Membantu perusahaan merancang strategi pemasaran, pengembangan produk, atau penetapan harga.
- b. Proyek: Membantu tim proyek mengidentifikasi risiko, menentukan sumber daya, dan merencanakan langkah-langkah mitigasi.
- c. Pribadi: Membantu individu merencanakan karir, meningkatkan keterampilan, atau mengatasi tantangan pribadi.

● **Perusahaan Elektronik**

Perusahaan elektronik manufaktur adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang perakitan dan/atau produksi komponen maupun peralatan elektronik, baik untuk keperluan industri, rumah tangga, otomotif, maupun komunikasi. Perusahaan ini memainkan peran penting dalam rantai pasok global teknologi karena menghasilkan barang-barang yang menjadi bagian vital dari berbagai produk akhir seperti televisi, smartphone, komputer, kendaraan, mesin industri, dan perangkat rumah tangga pintar.

## **METODE PENELITIAN**

Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian yaitu di “PT. MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA” Cikarang selatan yang beralamat di EJIP INDUSTRIAL PARK plot 9J Sukaresmi Cikarang Selatan Bekasi 17550, Indonesia. Penelitian deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi aktual perusahaan secara menyeluruh, khususnya dalam aspek internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengambilan

keputusan strategis. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk mengkaji isu-isu manajerial dan strategis. Dalam menganalisis Perusahaan, beberapa metode penelitian yang dapat digunakan antara lain wawancara dengan Karyawan perusahaan, observasi langsung terhadap proses produksi dan interaksi dengan karyawan, analisis dokumen seperti rencana bisnis. Sumber data diperoleh dari wawancara PT MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA. Teknik pengumpulan data antara lain dengan melakukan wawancara, observasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### • Penyajian Data Umum

PT. MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA (MEI), sebuah perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang produksi komponen elektronik, khususnya untuk industri alat elektronik. Perusahaan ini merupakan bagian dari Muramoto Group, sebuah korporasi besar asal Jepang yang memiliki jaringan produksi dan distribusi di berbagai negara. PT. MEI beroperasi di Indonesia sebagai perusahaan penanaman modal asing (PMA), dan telah menjalin kemitraan jangka panjang dengan sejumlah produsen otomotif dan elektronik ternama. Perusahaan ini dikenal memiliki fasilitas produksi yang modern dan teknologi manufaktur yang canggih, serta tenaga kerja yang terampil. Produk yang dihasilkan mencakup berbagai elektronik yang digunakan dalam perangkat rumah tangga elektronik. Objek penelitian adalah PT. MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA (MEI), sebuah perusahaan elektronik yang beroperasi di Indonesia dan memiliki afiliasi dengan perusahaan Jepang. Fokus penelitian adalah pada analisis faktor-faktor strategis yang mempengaruhi kinerja dan daya saing perusahaan berdasarkan kerangka SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).

### • Analisis Data

#### a. Matriks IFE DAN EFE

Berdasarkan hasil penelitian ,faktor yang mempengaruhi PT. MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA ada 2 ,yaitu faktor Eksternal dan faktor Internal. Identifikasi faktor internal diperlukan untuk menentukan strategi yang tepat untuk memaksimalkan kekuatan perusahaan dan meminimalkan kelemahan perusahaan.

Di bawah ini adalah tabel faktor internal atau internal factor evaluation (IFE):

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1.	Pengalaman dan reputasi yang baik di industri elektronik	0.14	4	0.56

2.	Teknologi dan fasilitas produksi yang modern	0.14	3	0.43
3.	Kemitraan dengan perusahaan jepang yang kuat	0.12	3	0.36
4.	Karyawan yang terampil dan berpengalaman	0.12	4	0.48
5.	Kemampuan produksi yang tinggi	0.14	4	0.56
6.	Jaringan distribusi yang luas	0.16	3	0.48
7.	Kualitas produk yang baik	0.14	3	0.42
<b>Sub Total</b>		<b>0.96</b>	<b>24</b>	<b>3.28</b>
<b>Kelemahan</b>				
1.	Ketergantungan pada pasar tertentu	0.12	3	0.36
2.	Biaya operasional yang tinggi	0.14	2	0.28
3.	Persaingan yang ketat di industri elektronik	0.14	1	0.14
4.	Keterbatasan inovasi produk	0.12	2	0.24
5.	Ketergantungan pada bahan baku impor	0.17	3	0.51
6.	Keterbatasan kemampuan pemasaran	0.14	1	0.14
7.	Biaya perawatan fasilitas produksi yang tinggi	0.12	1	0.12
<b>Sub Total</b>		<b>0.95</b>	<b>13</b>	<b>1.79</b>
<b>Total Skor</b>				<b>1.49</b>

*Sumber : Data penelitian yang diolah, 2025*

Tabel IFE (Internal Factor Evaluation) digunakan untuk mengevaluasi faktor internal perusahaan, yang terdiri dari Strengths, Weaknesses. Dari Tabel Internal Factor Evaluation (IFE) pada PT. MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA. Faktor kekuatan yang dominan pengalaman industri dan kemampuan kemampuan produksi tinggi skor (0.56) menandakan bahwa PT. MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA memiliki daya saing internal yang kuat, terutama dalam keandalan proses produksi dan reputasi industri . Teknologi modern dan SDM berpengalaman juga memperkuat efisiensi

dan kualitas output. Faktor kelemahan terbesar adalah ketergantungan pada bahan baku impor (0.51), yang menimbulkan risiko tinggi bila ada gangguan pasokan atau perubahan harga . Biaya operasional dan perawatan tinggi juga bisa mengurangi margin keuntungan, Persaingan industri yang ketat memperbesar tantangan mempertahankan posisi pasar.

Analisis lingkungan eksternal menggunakan tabel External Factor Evaluation (EFE) seperti pada tabel berikut :

Analisis Faktor Eksternal		Bobot	Rating	Skor
No	Peluang			
1.	Pertumbuhan industri elektronik yang cepat	0.13	3	0.39
2.	Meningkatkan permintaan produk elektronik di pasar domestik dan internasional	0.13	3	0.39
3.	Pengembangan produk baru dan inovatif	0.15	4	0.6
4.	Kemitraan dengan perusahaan lain untuk meningkatkan kemampuan produksi	0.13	4	0.52
5.	Meningkatkan kemampuan ekspor	0.15	4	0.6
6.	Pengembangan pasar baru	0.13	3	0.39
7.	Meningkatkan kemampuan digitalisasi	0.16	4	0.64
<b>Sub Total</b>		0.98	25	3.53
<b>Ancaman</b>				
1.	Perubahan kebijakan perdagangan internasional	0.15	2	0.3
2.	Fluktuasi nilai tukar mata uang	0.15	2	0.3
3.	Persaingan ketat dari perusahaan lain	0.17	2	0.34
4.	Perubahan teknologi yang cepat	0.15	2	0.3
5.	Risiko keamanan siber	0.12	1	0.12
6.	Perubahan kebijakan lingkungan	0.12	1	0.12
7.	Risiko gangguan rantai pasokan	0.12	1	0.12
<b>Sub Total</b>		<b>0.98</b>	<b>11</b>	<b>1.6</b>
<b>Total Skor</b>				<b>1.39</b>

Sumber : Data penelitian yang telah diolah 2025

Tabel EFE digunakan untuk menganalisis faktor eksternal, yaitu peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang dapat mempengaruhi perusahaan dari luar lingkungan internalnya. Nilai Bobot, Rating, dan Skor digunakan untuk menilai sejauh mana faktor tersebut berpengaruh terhadap strategi perusahaan PT. MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA. Berdasarkan tabel EFE dapat dikatakan bahwa faktor eksternal yang paling menguntungkan adalah digitalisasi, pengembangan produk inovatif, dan ekspor, dengan skor tertinggi masing-masing (0.64 dan 0.60). Artinya, perusahaan memiliki peluang besar untuk tumbuh jika mampu memanfaatkan kemajuan teknologi dan pasar global. Ancaman utama berasal dari persaingan ketat, fluktuasi nilai tukar, dan perubahan teknologi, yang berpotensi mengganggu stabilitas operasional.

Faktor-faktor ini perlu dimitigasi dengan strategi adaptif dan teknologi canggih, Namun dalam tabel, Total Skor akhir yang ditampilkan adalah 1.39, yang sebenarnya adalah total rata-rata skor per faktor. Ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki daya tanggap sedang terhadap faktor eksternal.

- Skor 2.5 perusahaan responsif terhadap peluang dan mampu menghadapi ancaman.
- Skor 2.5 perusahaan kurang tanggap, perlu peningkatan strategi eksternal.
- Skor 1.39 menunjukkan bahwa perusahaan belum optimal dalam merespons peluang dan mengatasi ancaman eksternal. Perlu upaya peningkatan strategi eksternal.

## **b. Matriks SWOT**

Berdasarkan hasil perhitungan tabel IFE dan EFE maka PT. MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA dapat membuat dan merumuskan formulasi arah strategi dengan menggunakan matriks SWOT yang dikembangkan oleh Weihrich (dalam Wheelen dan Hunger, 2004:115), yang dikutip oleh Solihin (2012:169), Matriks TOWS adalah alat analisis strategis yang menggabungkan faktor-faktor eksternal dan internal untuk mengidentifikasi strategi yang sesuai bagi sebuah organisasi. Dalam Matriks TOWS, faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dihubungkan untuk menghasilkan empat strategi alternatif:

→ **Strategi SO (Strength–Opportunity)** bagi PT. MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA - Memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang.

1. Ekspansi pasar ekspor dengan memanfaatkan kualitas produk dan kemitraan Jepang.

2. Inovasi produk berbasis teknologi modern untuk memenuhi permintaan pasar global.
3. Menjalani kerja sama strategis dengan industri otomotif dalam penyediaan komponen elektronik.

→ **Strategi WO (Weakness–Opportunity)** bagi PT. MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA - Meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.

1. Mengembangkan kemampuan inovasi dan R&D agar produk lebih variatif dan kompetitif.
2. Diversifikasi sumber bahan baku untuk mengurangi ketergantungan impor.
3. Peningkatan kapasitas pemasaran digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

→ **Strategi ST (Strength–Threat)** bagi PT. MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA - Memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman.

1. Memperkuat efisiensi proses produksi agar tetap kompetitif di tengah persaingan ketat.
2. Pemanfaatan teknologi untuk adaptasi cepat terhadap perubahan tren pasar dan regulasi.
3. Peningkatan sistem manajemen risiko rantai pasok untuk menghadapi fluktuasi global.

→ **Strategi WT (Weakness–Threat)** bagi PT. MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA - Mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

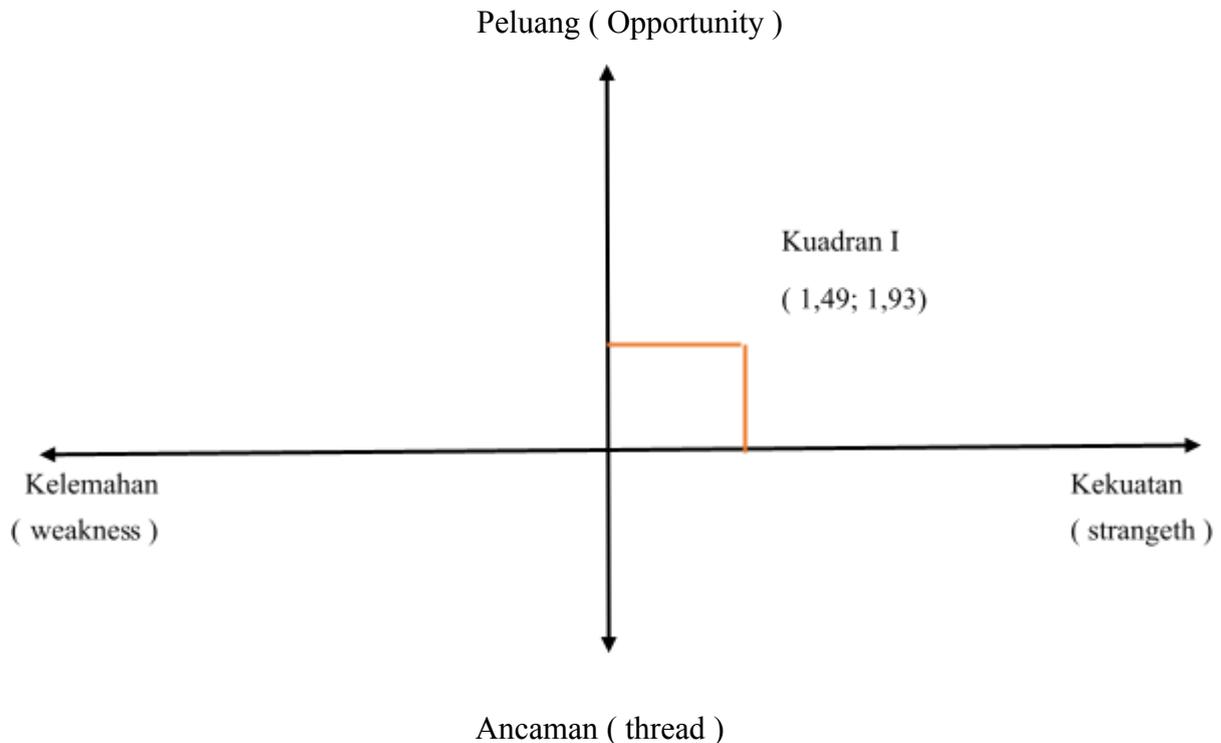
1. Efisiensi biaya operasional dan perawatan mesin melalui penerapan lean manufacturing.
2. Peningkatan pelatihan SDM pemasaran dan inovasi untuk memperkuat daya saing.
3. Penguatan struktur keuangan agar lebih tahan terhadap tekanan eksternal (nilai tukar, krisis global).

### C. Diagram Kartesius SWOT

Berdasarkan tabel IFE dari PT. MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA memperoleh hasil bahwa nilai skor untuk faktor kekuatan adalah 3,28 dan nilai skor untuk faktor kelemahan adalah 1,79. Sementara itu berdasarkan tabel EFE dari PT MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA memperoleh hasil bahwa nilai skor untuk faktor peluang 3,53 dan nilai skor untuk faktor ancaman adalah 1.6. Nilai skor kekuatan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai skor kelemahan dengan selisih nilai 1,49 dan nilai

skor peluang lebih tinggi dari nilai skor ancaman dengan selisih nilai 1,73 .Berdasarkan hasil identifikasi seluruh faktor internal dan eksternal serta perhitungan selisih evaluasinya, dapat dinyatakan dalam diagram Kartesius SWOT dimana semua faktor diberi nilai positif.

Diperoleh gambar diagram Kartesius SWOT seperti berikut ini:



Dilihat dari diagram Kartesius SWOT pada gambar diatas, dapat dikatakan bahwa PT MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA berada pada kuadran I yang berarti bahwa strategi yang digunakan adalah strategi S-O (Strength-Opportunity) yang disebut juga strategi agresif. Jika mengacu pada hasil analisis, PT MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA sebaiknya melakukan Strategi S-O yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan (strength) serta peluang (Opportunity) untuk mengatasi semua kelemahan (weakness) yang ada pada PT MURAMOTO ELEKTRONIKA INDONESIA sehingga implementasi dari strategi ini adalah sebagai berikut:

→ Memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang

- ◆ Ekspansi pasar ekspor dengan memanfaatkan kualitas produk dan kemitraan Jepang.
- ◆ Inovasi produk berbasis teknologi modern untuk memenuhi permintaan pasar global.
- ◆ Menjalin kerja sama strategis dengan industri otomotif dalam penyediaan komponen elektronik.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis SWOT, PT. Muramoto Elektronika Indonesia berada pada posisi kuadran 1, dapat disimpulkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan utama dalam hal kualitas produk yang tinggi, standar internasional, serta dukungan teknologi modern dan tenaga kerja terampil. Kelemahan utama yang dihadapi adalah ketergantungan terhadap pihak asing dalam pengambilan keputusan. Peluang besar muncul dalam pertumbuhan industri dan meningkatnya permintaan global terhadap produk elektronik. Namun, ancaman seperti persaingan global, fluktuasi nilai tukar serta kebijakan pemerintah juga menjadi tantangan serius bagi perusahaan. Dengan menggunakan matrik SWOT, telah dirumuskan sebagai dasar untuk pengembangan strategi perusahaan ke depan. Strategi-strategi tersebut mencakup perluasan pasar internasional, peningkatan SDM, investasi pada riset dan pengembangan, serta penguatan kerja sama dengan pemangku kepentingan.

### B. Saran

Dari hasil penelitian, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- 1) PT. Muramoto Elektronika Indonesia perlu lebih fokus dalam melakukan diversifikasi produk serta mengembangkan inovasi secara mandiri untuk mengurangi ketergantungan terhadap induk perusahaan di luar negeri.
- 2) Peningkatan Kompetensi SDM Lokal untuk terus mengembangkan pelatihan dan pendidikan bagi karyawan lokal guna meningkatkan kualitas dan efisiensi kerja, serta mendorong kepemimpinan lokal dalam pengambilan keputusan.
- 3) Penguatan Strategi ekspansi ke pasar internasional perlu diperkuat melalui peningkatan promosi, kerjasama strategis, dan peningkatan kualitas produk sesuai standar global.
- 4) Peningkatan Riset dan Teknologi Investasi dalam riset dan pengembangan teknologi baru sangat penting untuk menjaga daya saing dan menjawab tantangan industri elektronik yang terus berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Drucker, P. F. (1954). *The Practice of Management*. New York: Harper & Row.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Solihin, I. (2012). *Pengantar Manajemen Strategik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases* (13th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Tambunan, T. (2020). *Perkembangan Industri Manufaktur Indonesia: Peluang dan Tantangan di Era Digital*. Jakarta: LP3ES.
- Teece, D. J. (2014). A dynamic capabilities-based entrepreneurial theory of the multinational enterprise. *Journal of International Business Studies*, 45(1), 8–37. <https://doi.org/10.1057/jibs.2013.54>
- Prajogo, D. I. (2016). The strategic fit between innovation strategies and business environment in delivering business performance. *International Journal of Production Economics*, 171, 241–249. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2015.07.037>