

Studi Kasus

Analisis Strategi Bisnis PT Indorama Technologies Complex Tbk Menggunakan Pendekatan SWOT

Yayan Heru Haerudin^{*}, Wanwan Jamaludin AL Afgani, Agung Widarman, Haris Sandi Yhuda

Program Studi Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana, Purwakarta, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Redaksi: 24 Juni 2026
Revisi Akhir: 16 Juli 2026
Diterbitkan Online: 31 Juli 2026

KATA KUNCI

Analisis SWOT
EFAS
IFAS
Industri Tekstil
Strategi Bisnis

KORESPONDENSI^(*)

Phone: +62 857-6797-2618
E-mail: yayan.haerudin@wastukencana.ac.id

A B S T R A K

Industri tekstil Indonesia menghadapi tekanan kompetitif yang signifikan akibat masuknya produk impor murah, fluktuasi harga bahan baku, serta perubahan preferensi konsumen global. PT Indorama Technologies Complex Tbk, sebagai bagian dari Indorama Ventures dan produsen polyester terintegrasi di Indonesia, perlu melakukan evaluasi strategis untuk mempertahankan dan memperkuat daya saingnya. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor strategis internal dan eksternal, menentukan posisi strategis perusahaan, serta merumuskan strategi prioritas menggunakan pendekatan analisis SWOT. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan sumber data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan, dokumen internal, serta literatur ilmiah terkait industri tekstil. Analisis dilakukan melalui penyusunan matriks IFAS dan EFAS, matriks SWOT, serta diagram kuadran untuk menentukan posisi strategis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan memiliki skor IFAS sebesar 2,77 dan skor EFAS sebesar 2,76 yang menempatkannya pada Kuadran I dengan strategi agresif (SO). Strategi prioritas yang direkomendasikan meliputi ekspansi pasar tekstil berkelanjutan, pengembangan produk daur ulang bernilai tinggi, dan penetrasi pasar ASEAN melalui perjanjian FTA.

PENDAHULUAN

Industri tekstil dan produk tekstil (TPT) Indonesia merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) non-migas, penyerapan tenaga kerja, serta devisa negara. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian Republik Indonesia [1], sektor TPT menyerap lebih dari 3,5 juta tenaga kerja dan termasuk dalam lima industri manufaktur utama penopang ekonomi nasional. Namun demikian, sektor ini menghadapi tantangan yang semakin kompleks seiring masuknya produk impor dengan harga kompetitif, khususnya dari Tiongkok, Vietnam, dan Bangladesh, serta adanya fluktuasi harga bahan baku petrokimia di pasar global yang berdampak langsung pada struktur biaya produksi industri tekstil domestik.

PT Indorama Technologies Complex Tbk merupakan perusahaan industri tekstil dan petrokimia terkemuka di Indonesia yang beroperasi sebagai bagian dari jaringan global Indorama Ventures, salah satu produsen polyester terbesar di dunia [2]. Perusahaan ini mengelola rantai produksi yang terintegrasi mulai dari bahan baku hingga produk jadi dengan landasan visi Kepemimpinan Bisnis (Business Leadership) yang diwujudkan melalui empat pilar utama, yaitu People First, Customer Delight, Operational Excellence, dan Sustainability. Dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan juga berpegang pada dua belas nilai inti yang mencakup Excellence, Knowledge, Leadership, Courage, Respect, Openness, Team Work, Motivation, Commitment, Innovation, Environment, dan Governance sebagai pedoman perilaku seluruh stakeholder internal.

Dinamika lingkungan bisnis yang semakin tidak menentu menuntut perusahaan untuk melakukan evaluasi strategis secara berkala guna mempertahankan keunggulan kompetitif. Analisis SWOT merupakan salah satu metode perencanaan strategis yang banyak digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu organisasi secara komprehensif [3]. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat merumuskan strategi yang tepat dan terarah berdasarkan kondisi internal dan eksternal yang dihadapi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dan praktis bagi pengembangan strategi bisnis PT Indorama Technologies Complex Tbk serta industri tekstil Indonesia secara umum, terutama dalam menghadapi era persaingan global dan tuntutan keberlanjutan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apa saja faktor kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dimiliki PT Indorama Technologies Complex Tbk? (2) Bagaimana posisi strategis perusahaan berdasarkan analisis matriks IFAS, EFAS, dan kuadran SWOT? (3) Strategi prioritas apa yang dapat direkomendasikan untuk meningkatkan daya saing perusahaan di tengah dinamika industri tekstil? Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor SWOT perusahaan secara komprehensif, menganalisis posisi strategis berdasarkan matriks IFAS, EFAS, dan diagram kuadran SWOT, serta merumuskan strategi prioritas yang selaras dengan visi Kepemimpinan Bisnis perusahaan untuk meningkatkan daya saing jangka panjang.

Manfaat akademis penelitian ini adalah menambah khazanah literatur mengenai penerapan analisis SWOT di industri tekstil dan petrokimia Indonesia, serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya. Manfaat praktisnya adalah memberikan masukan strategis bagi manajemen PT Indorama Technologies Complex Tbk dalam pengambilan keputusan strategis, khususnya yang berkaitan dengan ekspansi pasar, pengembangan produk, dan transformasi digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats) suatu organisasi. Konsep ini pertama kali dikembangkan oleh Albert Humphrey pada dekade 1960-an di Stanford Research Institute dan sejak saat itu menjadi salah satu alat analisis strategis yang paling banyak diadopsi oleh akademisi maupun praktisi bisnis. David [3] menyatakan bahwa analisis SWOT mencakup dua dimensi utama, yaitu dimensi internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan, serta dimensi eksternal yang mencakup peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan di luar organisasi.

Tujuan utama analisis SWOT adalah membantu organisasi memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, sekaligus meminimalkan dampak dari kelemahan dan ancaman yang ada. Wheelen dan Hunger [4] menekankan bahwa analisis SWOT bukan sekadar daftar faktor, melainkan kerangka berpikir strategis yang mengintegrasikan kondisi internal organisasi dengan lingkungan eksternalnya. Porter [5] juga menggarisbawahi pentingnya analisis lingkungan industri sebagai pelengkap analisis SWOT dalam merumuskan strategi kompetitif yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat pencocokan (matching tool) yang membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi berdasarkan kombinasi faktor internal dan eksternal. Empat tipe strategi tersebut meliputi Strategi SO (Strengths-Opportunities), Strategi WO (Weaknesses-Opportunities), Strategi ST (Strengths-Threats), dan Strategi WT (Weaknesses-Threats). Strategi SO memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal; strategi WO memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang; strategi ST menggunakan kekuatan untuk mengurangi dampak ancaman; dan strategi WT merupakan taktik defensif untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman secara bersamaan [3].

Penerapan matriks SWOT memerlukan identifikasi faktor-faktor strategis yang relevan terlebih dahulu, kemudian dilakukan pencocokan sistematis antara faktor internal dan eksternal untuk menghasilkan alternatif strategi yang feasible. Setiap sel dalam matriks SWOT dapat menghasilkan satu atau lebih strategi konkret yang dapat diprioritaskan berdasarkan urgensi, sumber daya yang dimiliki, dan keselarasan dengan visi serta tujuan perusahaan.

Faktor Internal dan Eksternal

Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan yang berasal dari dalam organisasi, seperti sumber daya manusia, kapasitas produksi, teknologi, keuangan, serta tata kelola perusahaan. Faktor-faktor ini berada dalam kendali manajemen dan dapat diubah melalui kebijakan internal. Faktor eksternal mencakup peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan di luar organisasi, seperti kondisi pasar, regulasi pemerintah, persaingan industri, perkembangan teknologi, serta dinamika geopolitik global yang berada di luar kendali langsung perusahaan.

Untuk mengukur secara kuantitatif dampak faktor-faktor tersebut, digunakan matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary) [3]. Matriks IFAS memberikan bobot pada setiap faktor internal (range 0,0 hingga 1,0 dengan total 1,0) dan rating (1 hingga 4) yang menunjukkan respons perusahaan terhadap faktor tersebut. Matriks EFAS menerapkan pendekatan serupa untuk faktor eksternal. Skor total IFAS dan EFAS kemudian digunakan untuk menentukan posisi strategis perusahaan dalam diagram kuadran SWOT, yang menjadi dasar perumusan strategi prioritas.

Industri Tekstil Indonesia

Industri tekstil dan produk tekstil Indonesia merupakan salah satu sektor unggulan yang menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan berkontribusi signifikan terhadap ekspor non-migas nasional. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia [1] menempatkan sektor ini sebagai prioritas pengembangan industri manufaktur berbasis sumber daya alam dengan kebijakan substitusi impor dan peningkatan ekspor. Indonesia merupakan salah satu produsen tekstil terbesar di Asia Tenggara dengan kapasitas produksi yang terus berkembang, terutama dalam segmen benang, kain, dan serat sintesis yang menjadi spesialisasi PT Indorama Technologies Complex Tbk.

Namun demikian, industri tekstil Indonesia menghadapi berbagai tantangan, antara lain persaingan dengan produk impor murah, ketergantungan pada bahan baku impor, biaya energi yang tinggi, serta kebutuhan transformasi digital untuk meningkatkan efisiensi. Di sisi lain, terdapat peluang yang menjanjikan, seperti pertumbuhan pasar tekstil ramah lingkungan, dukungan kebijakan pemerintah, perjanjian perdagangan bebas, serta tren reshoring industri dari Tiongkok yang membuka peluang baru bagi produsen Asia Tenggara.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji penerapan analisis SWOT di industri tekstil, manufaktur, dan sektor terkait. Tabel 1 menyajikan ringkasan lima penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini, beserta metode yang digunakan, hasil yang diperoleh, serta perbedaannya dengan penelitian saat ini.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Penulis	Tahun	Metode	Perbedaan dengan Penelitian Ini
Anggraini & Sutomo [7]	2020	Analisis SWOT kualitatif	Fokus pada pemasaran, tidak membahas IFAS/EFAS kuantitatif
Pratama & Susanto [8]	2021	Deskriptif kualitatif dengan SWOT	Membahas industri secara umum, tidak fokus pada satu perusahaan spesifik
Lestari & Wijaya [9]	2022	SWOT dan AHP	Tidak membahas industri tekstil, tidak menggunakan matriks IFAS/EFAS
Ramadhan & Hidayat [10]	2023	IFAS-EFAS dan Kuadran SWOT	Objek berbeda (industri garmen), tidak mengintegrasikan visi perusahaan
Setiawan & Putri [11]	2024	SWOT-AHP pada UMKM tekstil	Fokus pada UMKM, bukan perusahaan besar terintegrasi

Sumber: Diolah penulis

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa penelitian sebelumnya telah menggunakan berbagai pendekatan SWOT untuk menganalisis strategi bisnis. Namun, belum banyak penelitian yang mengintegrasikan analisis SWOT kuantitatif (IFAS/EFAS) dengan kerangka visi dan nilai-nilai perusahaan secara komprehensif, khususnya pada perusahaan industri tekstil dan petrokimia terintegrasi berskala besar. Penelitian ini berkontribusi mengisi celah tersebut dengan mengkaji PT Indorama Technologies Complex Tbk secara mendalam.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada PT Indorama Technologies Complex Tbk. Sugiyono [6] menjelaskan bahwa penelitian deskriptif kualitatif bertujuan menggambarkan, meringkas, dan menjelaskan berbagai kondisi, situasi, atau fenomena sosial yang terjadi secara mendalam tanpa melakukan manipulasi atau pengendalian variabel. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengkaji kondisi strategis perusahaan secara komprehensif berdasarkan data dan informasi yang tersedia tanpa melakukan uji hipotesis statistik.

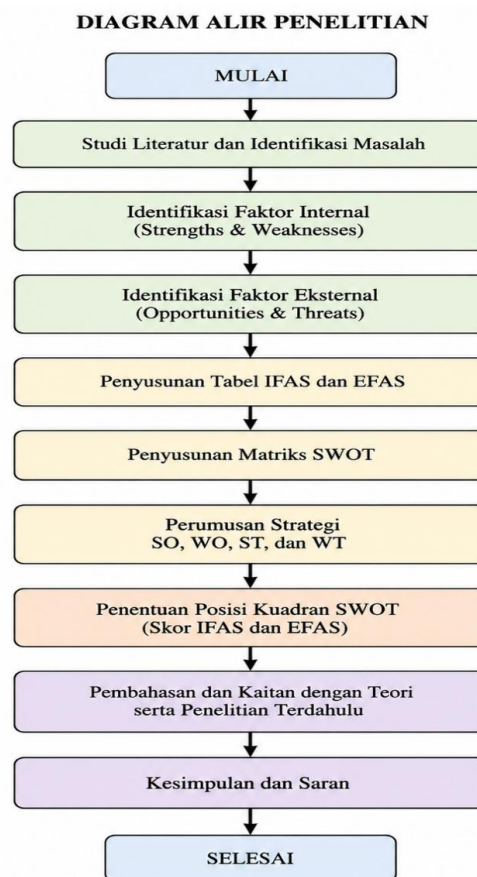
Objek penelitian ini adalah PT Indorama Technologies Complex Tbk, perusahaan industri tekstil dan petrokimia yang beroperasi di Indonesia sebagai bagian dari jaringan global Indorama Ventures. Perusahaan ini dipilih karena memiliki karakteristik unik berupa integrasi vertikal dari hulu ke hilir, skala produksi yang besar, jaringan global yang luas, serta komitmen terhadap nilai-nilai keberlanjutan dan tata kelola perusahaan yang baik.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber terpercaya, meliputi laporan tahunan perusahaan, dokumen internal perusahaan yang dipublikasikan, profil perusahaan, laporan keberlanjutan, serta dokumen kebijakan dan roadmap industri tekstil Indonesia dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia [1]. Data juga diperoleh dari literatur ilmiah berupa jurnal nasional dan internasional, buku referensi manajemen strategis, serta laporan industri dari lembaga riset terkemuka. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari beberapa sumber yang berbeda.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT dengan pendekatan kuantitatif melalui penyusunan matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary) sebagaimana dikembangkan oleh David [3]. Setiap faktor strategis diberikan bobot (weight) yang menunjukkan tingkat kepentingan faktor tersebut bagi industri (range 0,0 hingga 1,0 dengan total 1,0 untuk masing-masing matriks) dan rating yang menunjukkan respons perusahaan terhadap faktor tersebut (1 = buruk, 2 = rata-rata, 3 = di atas rata-rata, 4 = unggul). Skor setiap faktor dihitung dengan mengalikan bobot dan rating, kemudian dijumlahkan untuk memperoleh skor total IFAS dan EFAS.

Pemberian bobot (weight) dan rating pada matriks IFAS dan EFAS dilakukan melalui proses expert judgment oleh peneliti berdasarkan justifikasi sistematis terhadap data sekunder yang tersedia. Proses ini mengacu pada pendekatan yang digunakan dalam penelitian-penelitian SWOT kuantitatif terdahulu [7], [9], [10], di mana peneliti bertindak sebagai evaluator dengan mempertimbangkan: (a) data kuantitatif dari laporan tahunan perusahaan [2], termasuk kapasitas produksi, kinerja keuangan, dan pangsa pasar; (b) informasi kualitatif dari laporan keberlanjutan dan dokumen kebijakan perusahaan; (c) data industri dari Kementerian Perindustrian [1] dan laporan lembaga riset terkemuka; serta (d) pemahaman kontekstual peneliti terhadap dinamika industri tekstil dan petrokimia Indonesia. Validasi penilaian dilakukan melalui triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan dan mengkresek informasi dari minimal tiga sumber independen untuk setiap faktor yang dinilai, sehingga meminimalkan bias subjektif dan meningkatkan reliabilitas hasil penilaian [6].

Skor total IFAS dan EFAS kemudian digunakan untuk menentukan posisi perusahaan dalam diagram kuadran SWOT. Kuadran I (skor IFAS > 2,5, skor EFAS > 2,5) menunjukkan strategi agresif (SO); Kuadran II (skor IFAS < 2,5, skor EFAS > 2,5) menunjukkan strategi pembenahan (WO); Kuadran III (skor IFAS < 2,5, skor EFAS < 2,5) menunjukkan strategi defensif (WT); dan Kuadran IV (skor IFAS > 2,5, skor EFAS < 2,5) menunjukkan strategi diversifikasi (ST). Tahapan analisis SWOT dalam penelitian ini meliputi: (1) identifikasi faktor internal dan eksternal, (2) penyusunan matriks IFAS dan EFAS, (3) penyusunan matriks SWOT 2x2, (4) penentuan posisi kuadran, dan (5) perumusan strategi prioritas yang selaras dengan visi dan nilai-nilai perusahaan.



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Perusahaan

PT Indorama Technologies Complex Tbk merupakan perusahaan industri tekstil dan petrokimia yang beroperasi di Indonesia sebagai bagian dari Indorama Ventures Public Company Limited, salah satu produsen polyester terbesar di dunia yang berkantor pusat di Bangkok, Thailand. Perusahaan mengelola fasilitas produksi terintegrasi yang mengolah bahan baku petrokimia menjadi serat polyester, benang, kain, dan produk tekstil lainnya yang dipasarkan ke pelanggan domestik maupun internasional. Skala operasi perusahaan mencakup kapasitas produksi tahunan yang signifikan dengan jaringan pemasaran ke berbagai negara di Asia, Eropa, dan Amerika.

Perusahaan berlandaskan visi Kepemimpinan Bisnis (Business Leadership) yang diwujudkan melalui empat pilar utama, yaitu People First, Customer Delight, Operational Excellence, dan Sustainability. Selain itu, perusahaan juga berpegang pada dua belas nilai inti yaitu Excellence, Knowledge, Leadership, Courage, Respect, Openness, Team Work, Motivation, Commitment, Innovation, Environment, dan Governance yang menjadi pedoman perilaku seluruh stakeholder internal perusahaan. Sebagai bagian dari jaringan global Indorama Ventures, perusahaan memperoleh akses ke teknologi terkini, pasar internasional, sumber daya keuangan, serta praktik terbaik dalam manajemen operasi dan keberlanjutan.

Analisis Faktor Internal

Analisis faktor internal dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses) PT Indorama Technologies Complex Tbk. Identifikasi faktor internal didasarkan pada analisis sumber daya perusahaan, kapasitas produksi, sumber daya manusia, teknologi, tata kelola, serta praktik keberlanjutan yang dilakukan perusahaan. Berdasarkan analisis, terdapat tujuh faktor kekuatan utama yang dimiliki perusahaan, yaitu: (S1) keanggotaan dalam jaringan global Indorama Ventures yang memberikan akses pasar dan teknologi; (S2) kapasitas produksi besar dan terintegrasi (vertical integration); (S3) sumber daya manusia berkualitas melalui budaya People First; (S4) rekam jejak

dan reputasi kuat di industri; (S5) komitmen terhadap inovasi dan teknologi; (S6) praktik tata kelola perusahaan yang baik (GCG); dan (S7) komitmen terhadap keberlanjutan (Sustainability) dengan program lingkungan terstruktur. Di sisi lain, terdapat tujuh faktor kelemahan yang perlu diperhatikan: (W1) ketergantungan pada bahan baku impor; (W2) biaya produksi yang relatif tinggi dibandingkan pesaing dari Vietnam dan Bangladesh; (W3) sistem teknologi informasi yang belum sepenuhnya terintegrasi; (W4) diversifikasi produk yang terbatas pada segmen polyester tertentu; (W5) infrastruktur logistik internal yang perlu ditingkatkan; (W6) risiko ketergantungan pada pelanggan besar; dan (W7) adaptasi transformasi digital yang masih dalam proses.

Tabel 2. Matriks IFAS PT Indorama Technologies Complex Tbk

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor	Keterangan
KEKUATAN (Strengths)				
S1. Bagian dari jaringan global Indorama Ventures	0,12	4	0,48	Akses pasar & teknologi global
S2. Kapasitas produksi besar dan terintegrasi	0,10	4	0,40	Efisiensi rantai pasok tinggi
S3. SDM berkualitas (People First)	0,06	3	0,18	Program pengembangan kompetensi
S4. Reputasi dan rekam jejak kuat	0,06	3	0,18	Kepercayaan pelanggan
S5. Komitmen inovasi dan teknologi	0,06	3	0,18	Investasi R&D berkelanjutan
S6. Tata kelola perusahaan yang baik (GCG)	0,05	3	0,15	Transparansi & akuntabilitas
S7. Komitmen keberlanjutan (Sustainability)	0,05	4	0,20	Program lingkungan terstruktur
Sub-total Kekuatan	0,50		1,77	Faktor kekuatan internal dominan
KELEMAHAN (Weaknesses)				
W1. Ketergantungan bahan baku impor	0,10	2	0,20	Risiko nilai tukar
W2. Biaya produksi relatif tinggi	0,08	2	0,16	Biaya energi & tenaga kerja
W3. Sistem TI belum sepenuhnya terintegrasi	0,06	2	0,12	Proses manual masih ada
W4. Diversifikasi produk terbatas	0,06	2	0,12	Fokus segmen polyester
W5. Infrastruktur logistik perlu ditingkatkan	0,05	2	0,10	Efisiensi distribusi
W6. Ketergantungan pada pelanggan besar	0,05	2	0,10	Konsentrasi pelanggan
W7. Transformasi digital masih dalam proses	0,10	2	0,20	ERP & smart manufacturing
Sub-total Kelemahan	0,50		1,00	Kelemahan masih dapat dikendalikan
TOTAL	1,00		2,77	IFAS > 2,5 (Posisi kuat)

Sumber: Diolah penulis berdasarkan David [3] dan data perusahaan

Berdasarkan Tabel 2, total skor IFAS PT Indorama Technologies Complex Tbk adalah 2,77. Skor ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi internal yang kuat, karena skor di atas rata-rata (2,5) mengindikasikan bahwa kekuatan internal perusahaan lebih dominan dibandingkan kelemahannya. Kontribusi terbesar berasal dari kekuatan sebagai bagian dari jaringan global Indorama Ventures (skor 0,48) dan kapasitas produksi yang besar dan terintegrasi (skor 0,40).

Tabel 3. Matriks EFAS PT Indorama Technologies Complex Tbk

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Keterangan
PELUANG (Opportunities)				
O1. Pasar tekstil ramah lingkungan berkembang	0,12	4	0,48	Sustainable fashion premium
O2. Kebijakan pemerintah pro-industri	0,10	3	0,30	Insentif fiskal & KEK
O3. Perjanjian perdagangan bebas (RCEP, dll.)	0,08	4	0,32	Akses pasar tarif rendah
O4. Tren reshoring industri dari Tiongkok	0,06	3	0,18	Pergeseran rantai pasok
O5. Perkembangan teknologi produksi tekstil	0,07	3	0,21	Inovasi bahan daur ulang
O6. Pertumbuhan pasar domestik	0,07	3	0,21	Kelas menengah berkembang
Sub-total Peluang	0,50		1,70	Peluang eksternal sangat mendukung
ANCAMAN (Threats)				
T1. Persaingan produk impor tekstil murah	0,10	2	0,20	Produk Tiongkok murah
T2. Fluktuasi harga bahan baku dan energi	0,10	2	0,20	Volatilitas harga minyak
T3. Regulasi lingkungan semakin ketat	0,06	3	0,18	Standar emisi baru
T4. Instabilitas nilai tukar rupiah	0,08	2	0,16	Tekanan devaluasi
T5. Perubahan tren konsumen yang cepat	0,06	2	0,12	Fast fashion dinamis
T6. Risiko geopolitik & gangguan rantai pasok	0,10	2	0,20	Konflik & pandemi

Sub-total Ancaman	0,50	1,06	Ancaman dapat diantisipasi
TOTAL	1,00	2,76	EFAS > 2,5 (Posisi baik)

Sumber: Diolah penulis berdasarkan David [3] dan data industri

Berdasarkan Tabel 3, total skor EFAS PT Indorama Technologies Complex Tbk adalah 2,76. Skor ini menunjukkan bahwa perusahaan menghadapi lingkungan eksternal yang relatif menguntungkan, karena peluang eksternal lebih dominan dibandingkan ancaman. Peluang terbesar berasal dari pertumbuhan pasar tekstil ramah lingkungan (skor 0,48) dan perjanjian perdagangan bebas (skor 0,32), sementara ancaman terbesar berasal dari persaingan produk impor murah (skor 0,20) dan fluktuasi harga bahan baku (skor 0,20).

Tabel 4. Matriks Analisis Silang SWOT

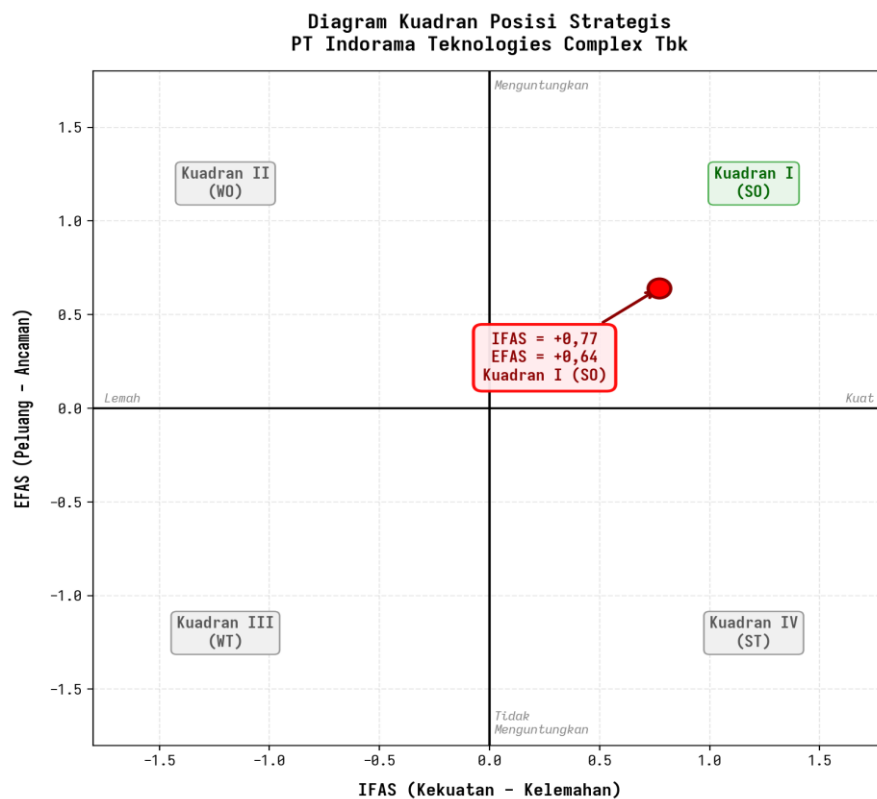
Faktor Eksternal / Internal	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
PELUANG (O)	STRATEGI SO (Agresif) • Ekspansi pasar tekstil ramah lingkungan global melalui jaringan Indorama Ventures (S1, S7 × O1, O3) • Pengembangan produk daur ulang premium dengan kapasitas produksi besar (S2, S5 × O1, O5) • Penetrasi pasar ASEAN melalui FTA dengan reputasi kuat (S4 × O3, O4) • Penguatan SDM untuk inovasi produk sesuai tren global (S3, S5 × O5, O6)	STRATEGI WO (Pembenahan) • Investasi substitusi bahan baku lokal memanfaatkan insentif pemerintah (W1 × O2) • Transformasi digital pabrik (smart manufacturing) untuk menekan biaya (W3, W7 × O5) • Diversifikasi produk tekstil teknis & ramah lingkungan (W4 × O1, O6) • Optimalisasi logistik melalui kemitraan strategis (W5 × O6)
ANCAMAN (T)	STRATEGI ST (Diferensiasi) • Diferensiasi produk premium dengan inovasi & kualitas (S5, S4 × T1) • Pemanfaatan komitmen keberlanjutan untuk kepatuhan regulasi (S7 × T3) • Diversifikasi sumber bahan baku & hedging melalui jaringan global (S1 × T2, T4, T6) • Penerapan GCG kuat untuk kepercayaan investor (S6 × T6)	STRATEGI WT (Defensif) • Kontrak jangka panjang dengan pemasok strategis (W1, W6 × T2, T4) • Akselerasi ERP & sistem terintegrasi untuk efisiensi (W3, W7 × T1, T2) • Diversifikasi basis pelanggan & pasar ekspor (W6 × T5, T6) • Penguatan manajemen risiko mata uang & komoditas (W1 × T2, T4)

Sumber: Diolah penulis berdasarkan David [3]

Matriks SWOT pada Tabel 4 menghasilkan empat kelompok strategi alternatif yang dapat dipilih perusahaan. Strategi SO (Agresif) memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal dan menjadi strategi prioritas utama. Strategi WO (Pembenahan) memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang. Strategi ST (Diferensiasi) menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman. Strategi WT (Defensif) bersifat defensif untuk meminimalkan kelemahan dan ancaman secara bersamaan.

Diagram Kuadran SWOT

Berdasarkan skor total IFAS (2,77) dan EFAS (2,76), posisi strategis PT Indorama Technologies Complex Tbk dapat ditentukan dalam diagram kuadran SWOT. Dalam penelitian ini, selisih skor kekuatan dengan kelemahan menghasilkan nilai +0,77 untuk IFAS, dan selisih skor peluang dengan ancaman menghasilkan nilai +0,64 untuk EFAS.



Gambar 2. Diagram Kuadran Posisi Strategis PT Indorama Technologies Complex Tbk

Berdasarkan Gambar 2, perusahaan berada pada Kuadran I dengan skor IFAS positif dan skor EFAS positif. Posisi ini mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang dominan sekaligus menghadapi lingkungan eksternal yang relatif menguntungkan. Kuadran I merupakan posisi strategis yang paling ideal dan merekomendasikan strategi agresif (SO), yaitu memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal secara proaktif.

Posisi Strategis Perusahaan

Hasil analisis IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa PT Indorama Technologies Complex Tbk berada pada posisi strategis yang kuat dengan skor IFAS 2,77 dan skor EFAS 2,76. Kedua skor berada di atas nilai rata-rata 2,5, yang mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki keunggulan internal yang signifikan dan menghadapi lingkungan eksternal yang menguntungkan. Posisi ini menempatkan perusahaan di Kuadran I diagram SWOT, yang merupakan kuadran paling ideal untuk strategi pertumbuhan agresif. Hasil ini konsisten dengan penelitian Ramadhan & Hidayat [10] yang menemukan bahwa perusahaan tekstil terintegrasi cenderung menempati Kuadran I karena memiliki keunggulan struktur dan akses pasar yang lebih baik dibandingkan pesaing non-terintegrasi.

Kekuatan dominan perusahaan berasal dari keanggotaan dalam jaringan global Indorama Ventures (skor 0,48) dan kapasitas produksi yang besar dan terintegrasi (skor 0,40). Kedua faktor ini menjadi sumber keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing lokal. Hal ini sesuai dengan teori Porter [5] tentang keunggulan kompetitif berbasis integrasi vertikal yang memungkinkan kontrol kualitas, efisiensi biaya, dan diferensiasi produk. Sementara itu, kelemahan terbesar perusahaan adalah ketergantungan pada bahan baku impor (skor 0,20) dan transformasi digital yang masih dalam proses (skor 0,20).

Strategi Prioritas yang Direkomendasikan

Berdasarkan posisi Kuadran I, strategi prioritas yang direkomendasikan adalah strategi SO (Agresif) yang memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal. Empat strategi SO yang menjadi prioritas utama meliputi: pertama, ekspansi pasar tekstil ramah lingkungan global melalui jaringan Indorama Ventures dan komitmen Sustainability untuk menjangkau pasar Eropa dan Amerika Utara yang semakin memprioritaskan sustainable procurement. Kedua, pengembangan lini produk polyester daur ulang (recycled PET) yang memiliki margin lebih tinggi dan daya saing kuat di pasar premium. Ketiga, penetrasi pasar ASEAN melalui perjanjian RCEP dan ASEAN FTA dengan memanfaatkan

reputasi perusahaan yang kuat. Keempat, penguatan SDM berbasis inovasi untuk mendukung pengembangan produk sesuai tren teknologi tekstil global.

Selain strategi SO sebagai prioritas utama, perusahaan juga perlu menjalankan strategi pendukung dari kuadran lain. Strategi WO (Pembenahan) menjadi penting untuk mengatasi kelemahan transformasi digital dan ketergantungan bahan baku impor melalui investasi Industry 4.0 dan kemitraan dengan pemerintah untuk substitusi impor. Strategi ST (Diferensiasi) diperlukan untuk menghadapi ancaman produk impor murah melalui peningkatan kualitas dan sertifikasi internasional. Strategi WT (Defensif) tetap relevan untuk memitigasi risiko fluktuasi harga bahan baku dan ketergantungan pelanggan melalui kontrak jangka panjang dan diversifikasi basis pelanggan. Kombinasi strategi ini sejalan dengan kerangka David [3] yang menyarankan perusahaan di Kuadran I untuk fokus pada strategi SO sambil tetap mengantisipasi risiko melalui strategi pendukung.

Kaitan dengan Teori dan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori manajemen strategis David [3] yang menyatakan bahwa perusahaan dengan skor IFAS dan EFAS di atas rata-rata berada dalam posisi yang ideal untuk strategi agresif. Penemuan ini juga konsisten dengan Wheelen dan Hunger [4] yang menekankan bahwa perusahaan dengan keunggulan internal dan peluang eksternal yang dominan sebaiknya fokus pada pertumbuhan dan ekspansi. Selain itu, hasil penelitian memperkuat temuan Porter [5] mengenai pentingnya integrasi vertikal sebagai sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan di industri manufaktur.

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini memberikan kontribusi unik berupa integrasi analisis SWOT kuantitatif dengan kerangka visi dan nilai-nilai perusahaan. Pratama & Susanto [8] mengkaji industri tekstil secara umum tanpa fokus pada perusahaan spesifik, sementara penelitian ini memberikan analisis mendalam pada PT Indorama dengan keterkaitan eksplisit antara setiap strategi yang dirumuskan dengan empat pilar visi Kepemimpinan Bisnis dan dua belas nilai inti perusahaan. Ramadhan & Hidayat [10] menganalisis industri garmen tanpa mengintegrasikan kerangka nilai perusahaan, sedangkan penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi tersebut menghasilkan rekomendasi strategi yang lebih kontekstual dan dapat diimplementasikan oleh manajemen.

Implikasi praktis dari hasil penelitian ini adalah bahwa manajemen PT Indorama Technologies Complex Tbk perlu memprioritaskan investasi pada empat strategi SO yang telah dirumuskan, sambil tetap menjalankan strategi pendukung WO, ST, dan WT untuk memitigasi risiko. Pemerintah Indonesia juga perlu mendukung transformasi industri tekstil melalui kebijakan yang konsisten, insentif fiskal untuk investasi teknologi bersih, serta pengembangan ekosistem bahan baku domestik untuk mengurangi ketergantungan impor. Dalam jangka panjang, posisi Kuadran I perusahaan dapat dipertahankan jika perusahaan mampu mengeksekusi strategi yang direkomendasikan secara konsisten dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan terhadap PT Indorama Technologies Complex Tbk, dapat disimpulkan beberapa hal penting. Pertama, perusahaan memiliki tujuh faktor kekuatan utama yang didominasi oleh keanggotaan dalam jaringan global Indorama Ventures, kapasitas produksi yang besar dan terintegrasi, serta komitmen terhadap inovasi, tata kelola, dan keberlanjutan. Di sisi lain, perusahaan juga menghadapi tujuh kelemahan yang perlu segera diatasi, terutama ketergantungan bahan baku impor, biaya produksi yang relatif tinggi, dan transformasi digital yang masih dalam proses.

Kedua, berdasarkan analisis matriks IFAS dan EFAS, perusahaan memperoleh skor total IFAS sebesar 2,77 dan skor EFAS sebesar 2,76. Kedua skor berada di atas nilai rata-rata 2,5, yang menempatkan perusahaan pada Kuadran I diagram SWOT. Posisi ini mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki keunggulan internal yang dominan sekaligus menghadapi lingkungan eksternal yang relatif menguntungkan, menjadi dasar bagi perumusan strategi agresif (SO) sebagai strategi prioritas utama.

Ketiga, strategi prioritas yang direkomendasikan bagi perusahaan adalah strategi SO yang mencakup empat strategi utama, yaitu ekspansi pasar tekstil ramah lingkungan global, pengembangan produk daur ulang bernilai tinggi, penetrasi pasar ASEAN melalui perjanjian FTA, dan penguatan SDM berbasis inovasi. Selain strategi SO, perusahaan juga perlu

menjalankan strategi pendukung WO (transformasi digital dan substitusi impor), ST (diferensiasi produk premium), dan WT (kontrak jangka panjang dengan pemasok dan diversifikasi pelanggan) untuk memitigasi risiko dan memperkuat posisi kompetitif. Strategi-strategi ini selaras dengan visi Kepemimpinan Bisnis perusahaan dan dapat diintegrasikan dengan dua belas nilai inti yang menjadi pedoman perilaku organisasi.

Saran yang dapat dikemukakan kepada manajemen PT Indorama Technologies Complex Tbk meliputi: (1) segera memprioritaskan investasi dalam transformasi digital (Industry 4.0) sebagai enabler utama efisiensi operasional; (2) mempercepat sertifikasi produk ramah lingkungan internasional seperti OEKO-TEX, GRS, dan Bluesign; (3) membangun fungsi manajemen risiko yang lebih kuat untuk menghadapi volatilitas mata uang dan harga komoditas; (4) menggiatkan program pengembangan SDM yang selaras dengan nilai People First dan Knowledge; dan (5) memperluas kemitraan strategis domestik untuk memperkuat rantai pasokan lokal. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan metode gabungan kualitatif dan kuantitatif dengan melibatkan wawancara mendalam, memperluas analisis dengan metode tambahan seperti AHP atau Fuzzy SWOT, serta melakukan studi komparatif dengan perusahaan tekstil sejenis di Asia Tenggara.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana yang telah mendukung pelaksanaan penelitian ini, serta Indorama Ventures Public Company Limited atas ketersediaan data publik yang memungkinkan analisis ini dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "Roadmap Pengembangan Industri Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia 2023-2035," Jakarta: Kemenperin, 2023.
- [2] Indorama Ventures Public Company Limited, "Annual Report 2023: Sustainable Growth in a Volatile World," Bangkok: IVL, 2023.
- [3] F. R. David and F. R. David, *Strategic Management: Concepts and Cases*, 16th ed. New Jersey: Pearson Education, 2017.
- [4] T. L. Wheelen and J. D. Hunger, *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability*, 15th ed. Boston: Pearson Education, 2018.
- [5] M. E. Porter, *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press, 1980.
- [6] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 4th ed. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [7] D. Anggraini and B. Sutomo, "Analisis SWOT sebagai alat perumusan strategi pemasaran pada perusahaan tekstil nasional," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 14, no. 2, pp. 112-125, 2020.
- [8] R. Pratama and A. Susanto, "Strategi pengembangan industri tekstil Indonesia menghadapi persaingan global," *Jurnal Ekonomi dan Industri*, vol. 8, no. 1, pp. 45-58, 2021.
- [9] N. Lestari and T. Wijaya, "Perumusan strategi bersaing perusahaan manufaktur menggunakan kombinasi SWOT-AHP," *Jurnal Teknik Industri*, vol. 23, no. 3, pp. 198-210, 2022.
- [10] A. Ramadhan and R. Hidayat, "Analisis posisi strategis industri garmen Indonesia dengan matriks IFAS-EFAS dan kuadran SWOT," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, vol. 11, no. 2, pp. 167-180, 2023.
- [11] S. Setiawan and D. Putri, "Penentuan strategi prioritas UMKM tekstil menggunakan integrasi SWOT-AHP," *Jurnal Sistem dan Industri Manufaktur*, vol. 12, no. 1, pp. 33-46, 2024.
- [12] A. Fernandes and M. Tjandra, "Analisis SWOT dan strategi pengembangan industri manufaktur Indonesia pasca pandemi," *Jurnal Manajemen Indonesia*, vol. 22, no. 4, pp. 287-301, 2022.
- [13] R. Kurniawan and E. Suryani, "Implementasi Industry 4.0 pada perusahaan tekstil di Indonesia: Tantangan dan peluang," *Jurnal Teknologi Industri*, vol. 17, no. 2, pp. 89-102, 2023.
- [14] N. Hapsari and Y. Wibowo, "Analisis keberlanjutan industri tekstil Indonesia dengan pendekatan SWOT berkelanjutan," *Jurnal Lingkungan dan Pembangunan*, vol. 9, no. 1, pp. 56-70, 2024.
- [15] B. Santoso and P. Maharani, "Dampak perjanjian RCEP terhadap daya saing industri tekstil Indonesia," *Jurnal Ekonomi Internasional*, vol. 15, no. 2, pp. 134-148, 2023.

- [16] PT Indorama Technologies Complex Tbk, "Profil Perusahaan dan Laporan Keberlanjutan 2024," Data Internal Perusahaan, 2024.