

Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif pada Perusahaan Logistik (Studi Kasus PT Linus Trans Indonesia)

Mochammad Ryan Syahputra¹, Tias Andarini Indarwati²

Universitas Negeri Surabaya¹, Universitas Negeri Surabaya²

Email korespondensi: mohammad.22114@mhs.unesa.ac.id

Abstract

The logistics sector plays a strategic role in supporting the national economy and, in recent years, has shown growth that has outpaced Indonesia's GDP. The continuous expansion of the logistics market has also triggered increasingly intense competition. PT Linus Trans Indonesia, established in 2019, is a logistics and freight forwarding company. The company provides land, sea, and air transportation services, as well as warehousing and cargo handling. To remain competitive, the company requires appropriate strategies based on internal and external conditions. This study aims to analyze the internal and external factors of PT Linus Trans Indonesia and to determine the appropriate competitive strategy for development using SWOT analysis. The research uses a descriptive method, with primary data collected through observation, documentation, and interviews. The results show that, based on the SWOT, IFE, EFE, and IE analysis, PT Linus Trans Indonesia is positioned in Quadrant IV of the IE Matrix, meaning it is categorized under the grow and build strategy. Accordingly, the company is recommended to pursue growth-oriented strategies through market penetration, market development, and product development.

Keywords: *SWOT Analysis; Competitive Strategy; Logistics; PT Linus Trans Indonesia*

1. PENDAHULUAN

Hampir seluruh aktivitas ekonomi, termasuk manufaktur, perdagangan, pertanian, energi, maupun tambang, sangat bergantung pada jasa logistik untuk mendukung kelancaran distribusi barang. Logistik yang terencana dengan baik dapat meningkatkan efisiensi biaya sekaligus berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara (Priyajati & Haryanto, 2020). Hal ini menegaskan bahwa sektor logistik memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian nasional, sekaligus menjadi penggerak utama dalam mendukung perdagangan, industri, dan distribusi barang di seluruh wilayah Indonesia.

Dalam beberapa tahun terakhir, sektor transportasi dan pergudangan di Indonesia telah menunjukkan kinerja yang sangat kuat, melampaui pertumbuhan ekonomi nasional secara signifikan. Data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dianalisis oleh Supply Chain Indonesia (SCI) mencatat pertumbuhan sektor ini sebesar 19,87% pada 2022 dan 13,96% pada 2023, sementara PDB nasional hanya tumbuh sekitar 5% pada periode yang sama. Tren positif ini diproyeksikan akan terus berlanjut hingga 2025. Kontribusi sektor transportasi dan pergudangan terhadap PDB

Indonesia diperkirakan mencapai Rp 1.623,65 triliun atau tumbuh sebesar 12,53% (Supply Chain Indonesia, 2025).

Pertumbuhan pasar logistik yang terus meningkat telah mendorong terjadinya persaingan yang semakin ketat, baik antara perusahaan logistik lokal, asing, maupun BUMN, yang semuanya berlomba menawarkan layanan terbaik dan berusaha menghadirkan nilai tambah bagi pelanggan agar mampu bertahan di tengah kompetisi (Ginny, 2019). Kondisi ini menuntut perusahaan logistik untuk berinovasi dan meningkatkan efisiensi agar tetap unggul di tengah dinamika pasar dan persaingan yang ketat. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi tersebut adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) (Samudra & Nugroho, 2022).

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang logistik adalah PT Linus Trans Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2019 yang bertujuan untuk menghadirkan kepada pelanggan solusi logistik terintegrasi yang sepenuhnya didukung oleh layanan nilai tambah yang komprehensif. Dengan bisnis utama yaitu layanan logistik transportasi via darat, laut, udara, serta layanan pergudangan dan alat penanganan bongkar muat cargo baik curah maupun kontainer. Menawarkan segala moda transportasi seperti gudang ke gudang, antar pelabuhan, antar bandara, dari pelabuhan ke lokasi proyek atau sebaliknya dalam cakupan wilayah domestik di Indonesia. Perusahaan ini juga memiliki pengalaman dalam menangani proyek di berbagai segmen industri, termasuk manufaktur, energi, tambang, dan komoditas ritel. Selain itu, PT. Linus Trans Indonesia menawarkan moda layanan pengiriman kontainer 20ft dan 40ft, pengiriman curah Ton/Kubik, pengiriman barang berat dengan Flatrack Kontainer, pengiriman kapal RORO & Pelni.

Dari pemaparan di atas dapat diketahui dengan semakin meningkatnya kebutuhan dan persaingan di pasar diperlukan adanya pengembangan strategi. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat mengantisipasi dinamika pasar dengan melihat secara objektif kondisi internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, serta merumuskan strategi yang relevan guna meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul “Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif pada Perusahaan Logistik (Studi Kasus PT Linus Trans Indonesia)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal PT Linus Trans Indonesia serta merumuskan strategi kompetitif yang sesuai untuk dikembangkan berdasarkan hasil analisis SWOT.

1.1 TINJAUAN PUSTAKA

1.1.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan pengembangan dari berbagai strategi yang digunakan dalam perang maupun bisnis. Seperti kata Sun Tzu, jika kita mengetahui kekuatan dan kelemahan lawan, maka peluang untuk menang akan lebih besar (Sandria et al., 2020). Menurut Freddy Rangkuti (2017), analisis SWOT adalah suatu metode analisis yang didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), sekaligus meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT hingga kini menjadi alat analisis

yang bertahan paling lama serta banyak digunakan oleh perusahaan dalam menyusun formula strategi dengan analisis situasional (Ismail, 2012). Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana faktor internal dan eksternal dapat memengaruhi perusahaan, sehingga dapat menentukan strategi yang paling tepat dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis. Analisis ini menekankan bahwa suatu strategi akan efektif jika memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalkan kelemahan. (Mayang et al., 2020)

1.1.2 Matriks IFE

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) adalah alat dalam formulasi strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Selain itu, matriks ini berfungsi untuk mengidentifikasi hubungan antara keduanya (Fathia et al., 2021). Lingkungan internal merupakan kekuatan dan kelemahan perusahaan pada area fungsional bisnis, termasuk manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, operasi produksi, R&D dan sistem informasi manajemen (David, 2017). Menurut David (2013), penyusunan IFE dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal, kemudian memberikan bobot pada tiap faktor dengan nilai antara 0,0 hingga 1,0, di mana total bobot harus berjumlah 1,0. Selanjutnya, setiap faktor diberi rating untuk menunjukkan tingkat kekuatan atau kelemahan, pemberian rating ini mengacu pada perusahaan. Kemudian bobot dikalikan dengan rating guna memperoleh skor. Hasil penjumlahan skor inilah yang memberikan gambaran posisi internal perusahaan. IFE disusun untuk memetakan faktor internal sesuai dengan keadaan aktual perusahaan, sehingga hasilnya dapat menjadi acuan dalam merumuskan strategi bisnis (Putri et al., 2022).

1.1.3 Matriks EFE

Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) adalah alat dalam formulasi strategi yang digunakan untuk mengevaluasi peluang dan ancaman. Lingkungan Eksternal berkaitan dengan dengan aspek ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan persaingan (David, 2011). Menurut David (2013), penyusunan matriks EFE dilakukan dengan mengidentifikasi faktor eksternal berupa peluang dan ancaman, lalu memberi bobot pada masing-masing faktor dari 0,0 hingga 1,0 dengan total bobot keseluruhan berjumlah 1,0. Selanjutnya, setiap faktor diberi rating 1 sampai 4 berdasarkan efektivitas strategi perusahaan dalam merespons faktor tersebut, mulai dari 1 (respon buruk) hingga 4 (respon sangat baik). Skor akhir diperoleh dari hasil perkalian antara bobot dan rating, yang kemudian dijumlahkan untuk menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman. Analisis matriks EFE membantu bisnis dalam menggambarkan faktor-faktor eksternal yang tidak bisa dikontrol oleh perusahaan (Zulfa & Rachmawati, 2021).

1.1.4 Matriks IE

Matriks IE (Internal-External) merupakan kombinasi dari matriks IFE dan EFE. Matriks ini bertujuan untuk mengidentifikasi posisi perusahaan sehingga dapat ditentukan strategi umum yang tepat bagi bisnis (Putri et al., 2022). Matriks IE memiliki sembilan kuadran dengan dua

dimensi, di mana nilai matriks IFE diletakkan pada sumbu X dan nilai matriks EFE pada sumbu Y (David, 2017). Matriks ini dibagi menjadi tiga strategi utama, yaitu *growth and build*, *hold and maintain*, serta *harvest and divest* (Fathia et al., 2021).

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2018), penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan data sebagaimana adanya, tanpa bermaksud melakukan generalisasi yang berlaku secara luas. Dengan kata lain, penelitian deskriptif berfungsi untuk menampilkan uraian yang sistematis, faktual, serta akurat mengenai fakta, sifat, dan hubungan antar fenomena yang diteliti. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui wawancara langsung dan observasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, dan Matriks IE untuk merumuskan alternatif strategi perusahaan dan mengetahui kondisi internal dan eksternal perusahaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis SWOT

Berdasarkan data yang dikumpulkan penulis berikut analisis faktor lingkungan internal dan eksternal PT. Linus Trans Indonesia:

Tabel 1. Analisis SWOT

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Spesialisasi dalam pengiriman domestik dengan cakupan luas. 2. Keberhasilan dalam menangani proyek lintas industri (manufaktur, energi, tambang, retail). 3. Layanan lengkap dan variatif (RORO, jacking & rolling, container modifikasi, dll). 4. Fleksibilitas skema pengiriman (port-to-port hingga door-to-door). 5. Pengalaman dalam proyek-proyek besar sejak 2019. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Armada terbatas (hanya CDE, tanpa trailer atau heavy truck). 2. Belum memiliki sistem digital tracking real-time. 3. Keterbatasan SDM teknologi dan IT. 4. Tidak memiliki layanan internasional. 5. Kurang dikenal di luar pelanggan proyek.
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Ancama (<i>Threat</i>)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan kebutuhan logistik proyek di daerah 3T (Terdepan, Terpencil, Tertinggal). 2. Peningkatan aktivitas ekspor komoditas dari pelabuhan kecil domestik. 3. Digitalisasi sistem logistik (SaaS, tracking, e-logistics). 4. Peluang kerjasama dengan BUMN/PMDN untuk proyek besar. 5. Peluang vertikal di supply chain seperti warehouse dan procurement. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan ketat dari perusahaan logistik besar dan digital (Deliverree, J&T Cargo). 2. Regulasi pengiriman alat berat dan kapal yang ketat. 3. Fluktuasi harga BBM dan biaya operasional laut. 4. Ketergantungan pada cuaca dalam layanan tongkang dan LCT. 5. Teknologi disruptif (AI, IoT) yang belum diadopsi.

Sumber: Data Diolah Penulis

3.2 Matriks IFE

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) pada penelitian ini disusun untuk menilai faktor-faktor internal PT. Linus Trans Indonesia, meliputi kekuatan dan kelemahan perusahaan. dan disajikan dengan menggunakan Tabel IFE (*Internal Factor Evaluation*).

Tabel 2. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Faktor Lingkungan Internal	Bobot	Rating	Skor
Strength (Kekuatan)			
1. Spesialisasi dalam pengiriman domestik dengan cakupan luas.	0.13	4	0.52
2. Keberhasilan dalam menangani proyek lintas industri (manufaktur, energi, tambang, retail).	0.12	4	0.48
3. Layanan lengkap dan variatif (RORO, jacking & rolling, container modifikasi, dll).	0.1	4	0.4
4. Fleksibilitas skema pengiriman (port-to-port hingga door-to-door).	0.1	3	0.3
5. Pengalaman dalam proyek-proyek besar sejak 2019.	0.1	4	0.4
Sub total	0.55	19	2.1
Weakness (Kelemahan)			
1. Armada terbatas (hanya CDE, tanpa trailer atau heavy truck).	0.12	2	0.24
2. Belum memiliki sistem digital tracking real-time.	0.1	2	0.2
3. Keterbatasan SDM teknologi dan IT.	0.08	2	0.16
4. Tidak memiliki layanan internasional.	0.07	2	0.14
5. Kurang dikenal di luar pelanggan proyek.	0.08	2	0.16
Sub total	0.45	10	0.9
Total	1		3

Sumber: Data Diolah Penulis

Keterangan:

Bobot 0 = Tidak Penting

1 = Sangat Penting

Rating 1 = Sangat Lemah

2 = Lemah

3 = Kuat

4 = Sangat Kuat

Skor Bobot x Rating

- Pemberian rating baik pada faktor kekuatan dan kelemahan menggunakan skala 1-4
- Pemberian bobot berbasis industri, sedangkan pemberian rating berbasis perusahaan.
- Total nilai tertimbang yang didapatkan adalah 3. Jika nilai berada dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal, perusahaan adalah lemah, sedangkan nilai yang berada diatas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat. Matrik IFE terdiri dari cukup banyak faktor, dimana jumlah faktor-faktornya tidak berdampak pada jumlah bobot karena ia selalu berjumlah 1,0.

Berdasarkan hasil Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) pada Tabel 2, terlihat bahwa skor total PT Linus Trans Indonesia adalah 3,0 ($> 2,50$), yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi internal yang kuat, mampu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, serta cukup efektif dalam mengelola kelemahan yang ada.

3.3 Matriks EFE

Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) pada penelitian ini disusun untuk menilai faktor-faktor eksternal PT Linus Trans Indonesia, yang mencakup peluang dan ancaman perusahaan. Hasil penilaian tersebut disajikan dalam Tabel EFE.

Tabel 3. Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)

Faktor Lingkungan Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Opportunities (Peluang)			
1. Pertumbuhan kebutuhan logistik proyek di daerah 3T (Terdepan, Terpencil, Tertinggal).	0.13	4	0.52
2. Peningkatan aktivitas ekspor komoditas dari pelabuhan kecil domestik.	0.1	3	0.3
3. Digitalisasi sistem logistik (SaaS, tracking, e-logistics).	0.1	2	0.2
4. Peluang kerjasama dengan BUMN/PMDN untuk proyek besar.	0.09	4	0.36
5. Peluang vertikal di supply chain seperti warehouse dan procurement.	0.08	3	0.24
Sub total	0.5	16	1.62
Thread (Ancaman)			
1. Persaingan ketat dari perusahaan logistik besar dan digital (Deliverree, J&T Cargo).	0.13	2	0.26
2. Regulasi pengiriman alat berat dan kapal yang ketat.	0.1	2	0.2

3. Fluktuasi harga BBM dan biaya operasional laut.	0.09	2	0.18
4. Ketergantungan pada cuaca dalam layanan tongkang dan LCT.	0.09	2	0.18
5. Teknologi disruptif (AI, IoT) yang belum diadopsi.	0.09	2	0.18
Sub total	0.5	10	1
Total	1		2.62

Sumber: Data Diolah Penulis

Keterangan:

Bobot 0 = Tidak Penting

1 = Sangat Penting

Rating 1 = Sangat Lemah

2 = Lemah

3 = Kuat

4 = Sangat Kuat

Skor Bobot x Rating

- Pemberian rating baik pada faktor peluang dan ancaman menggunakan skala 1-4
- Pemberian bobot berbasis industri, sedangkan pemberian rating berbasis perusahaan.
- Total nilai tertimbang yang didapatkan adalah 2.62. Jika nilai berada dibawah 2,5 menandakan bahwa secara eksternal, perusahaan adalah lemah, sedangkan nilai yang berada diatas 2,5 menunjukkan posisi eksternal yang kuat. Matrik EFE terdiri dari cukup banyak faktor, di mana jumlah faktor-faktornya tidak berdampak pada jumlah bobot karena ia selalu berjumlah 1,0.

Berdasarkan hasil Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) pada Tabel 3, hasil menunjukkan skor total PT Linus Trans Indonesia adalah 2,62 (> 2,50), yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi eksternal yang menguntungkan, mampu memanfaatkan peluang yang ada, serta cukup efektif dalam menghadapi ancaman dari lingkungan eksternal.

3.4 Matriks SWOT

Matriks kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) adalah alat pencocokan yang penting yang membantu manajer membuat empat jenis strategi: strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.

- Strategi SO (*Strength-Opportunities*). Strategi ini bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan internal PT Linus Trans Indonesia agar dapat menarik keuntungan dari peluang eksternal yang dimiliki.

- Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal PT Linus Trans Indonesia
- Strategi ST (*Strength-Threats*) menggunakan PT Linus Trans Indonesia untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal
- Strategi WT (*Weaknesses-Threats*) merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal.

Tabel 4. Matriks SWOT

	<i>Strenght (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Spesialisasi dalam pengiriman domestik dengan cakupan luas. 2. Keberhasilan dalam menangani proyek lintas industri (manufaktur, energi, tambang, retail). 3. Layanan lengkap dan variatif (RORO, jacking & rolling, container modifikasi, dll). 4. Fleksibilitas skema pengiriman (port-to-port hingga door-to-door). 5. Pengalaman dalam proyek-proyek besar sejak 2019. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Armada terbatas (hanya CDE, tanpa trailer atau heavy truck). 2. Belum memiliki sistem digital tracking real-time. 3. Keterbatasan SDM teknologi dan IT. 4. Tidak memiliki layanan internasional. 5. Kurang dikenal di luar pelanggan proyek.
<i>Opportunities (O)</i>	<i>Strategi SO (Strength – Opportunity)</i>	<i>Strategi WO (Weakness – Opportunity)</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan kebutuhan logistik proyek di daerah 3T (Terdepan, Terpencil, Tertinggal). 2. Peningkatan aktivitas ekspor komoditas dari pelabuhan kecil domestik. 3. Digitalisasi sistem logistik (SaaS, tracking, e-logistics). 4. Peluang kerjasama dengan BUMN/PMDN untuk proyek besar. 5. Peluang vertikal di supply chain seperti warehouse dan procurement. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fokus pengembangan rute logistik ke wilayah 3T menggunakan kekuatan Linus dalam pengiriman domestik. (S1 + O1) 2. Gunakan rekam jejak proyek lintas industri untuk mendapatkan kontrak strategis dari BUMN atau PMDN. (S2 + O4) 3. Diversifikasi layanan Linus ke lini vertikal seperti warehouse dan procurement dengan modal pengalaman proyek. (S3 + O5) 4. Tawarkan skema fleksibel (door-to-door) untuk mendukung aktivitas ekspor dari pelabuhan kecil. (S4 + O2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kerjasama strategis (leasing / vendor partnership) untuk penyediaan trailer dan heavy truck tanpa investasi besar. (W1 + O5) 2. Implementasi sistem digital tracking berbasis SaaS atau white-label aplikasi e-logistics. (W2 + O3) 3. Rekrut atau kolaborasi dengan startup IT lokal untuk memperkuat divisi teknologi internal. (W3 + O3) 4. Fokuskan penetrasi ke proyek BUMN/PMDN dalam lingkup domestik

	5. Kombinasikan pengalaman proyek dengan digitalisasi layanan (SaaS/logistics platform) untuk diferensiasi pasar. (S5 + O3)	untuk menutupi kekurangan layanan internasional. (W4 + O4) 5. Bangun brand awareness Linus melalui proyek sosial/logistik di daerah 3T sebagai CSR sekaligus promosi. (W5 + O1)
Threats (T)	Strategi ST (Strength – Threat)	Strategi WT (Weakness – Threat)
<ol style="list-style-type: none"> Persaingan ketat dari perusahaan logistik besar dan digital (Deliverree, J&T Cargo). Regulasi pengiriman alat berat dan kapal yang ketat. Fluktuasi harga BBM dan biaya operasional laut. Ketergantungan pada cuaca dalam layanan tongkang dan LCT. Teknologi disruptif (AI, IoT) yang belum diadopsi. 	<ol style="list-style-type: none"> Diferensiasi dengan spesialisasi layanan logistik proyek ke area non-mainstream untuk hindari head-to-head dengan kompetitor digital besar. (S1 + T1) Tambahkan fitur berbasis teknologi pada layanan variatif (misal: jacking & rolling dengan sensor IoT untuk safety). (S3 + T5) Gunakan fleksibilitas skema kerja untuk memastikan compliance pada peraturan pengiriman alat berat dan maritim. (S4 + T2) Siapkan SOP mitigasi cuaca berbasis pengalaman proyek di sektor energi dan tambang. (S5 + T4) Buat kontrak proyek berbasis eskalasi harga BBM untuk mengurangi fluktuasi risiko margin. (S2 + T3) 	<ol style="list-style-type: none"> Gunakan vendor armada pihak ketiga agar tetap kompetitif tanpa perlu ekspansi fleet besar-besaran. (W1 + T1) Adopsi teknologi dasar (tracking & dashboard) secara bertahap untuk merespons disrupsi digital. (W2 + T5) Bangun kemitraan dengan konsultan IT atau edutech untuk pelatihan SDM logistik berbasis teknologi. (W3 + T5) Fokus pada segmen pengiriman non-regulasi tinggi dan proyek lokal agar tetap relevan. (W4 + T2) Optimalkan media digital untuk edukasi publik dan promosi efisiensi biaya dibanding kompetitor. (W5 + T1/T3)

Sumber: Data Diolah Penulis

3.5 Matriks IE

Matriks IE terdiri dari total skor bobot IFE pada sumbu (x) dan total skor bobot EFE pada sumbu (y). Matriks IE menunjukkan divisi organisasi dalam tampilan 9 sel, yang masing-masing dibagi menjadi 3 bagian, dan masing-masing memiliki pengaruh strategi yang berbeda. Penjelasan mengenai pembagian sel tersebut adalah sebagai berikut:

- A. Sel I, II, dan IV menggambarkan kondisi perusahaan sebagai (*grow and build*) atau tumbuh dan membangun. Strategi yang sesuai untuk perusahaan di sel-sel tersebut meliputi strategi intensif seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Selain itu, bisa juga menggunakan strategi integrasi yang meliputi integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal.

- B. Sel III, V, atau VII dapat dikelola dengan strategi mempertahankan dan memelihara (hold and maintain). Strategi yang diterapkan untuk divisi-divisi ini mencakup penetrasi pasar dan pengembangan produk.
- C. Divisi yang berada dalam sel VI, VIII, atau XI dapat dikelola dengan strategi panen atau divestasi (harvest or divest). Strategi yang diterapkan untuk divisi-divisi ini mencakup penghematan dan pengurangan aset.

Total nilai tertimbang dari matriks IFE adalah 3 sedangkan hasil perhitungan EFE pada PFF adalah 2.62. Nilai rata-rata tertimbang yang didapatkan dari IFE dan EFE pada tahap input akan dimasukkan ke dalam matriks IE.

Tabel 5. Matriks IE

		Skor IFE		
		Kuat (3.00-4.00)	Sedang (2.00-2.99)	Lemah (1.0-1.99)
Skor EFE	Tinggi (3.00-4.00)	I	II	III
	Sedang (2.00-2.99)	IV	V	VI
	Rendah (1.0-1.99)	VII	VIII	IX

Sumber: Data Diolah Penulis

Dari Matriks IE di atas, PT Linus Trans Indonesia berada pada sel IV yaitu *grow and build* atau tumbuh dan membangun. Pada posisi ini, strategi yang dapat diterapkan PT Linus Trans Indonesia adalah strategi intensif, seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Linus Trans Indonesia berada pada posisi kuat secara internal (skor IFE = 3,0) dan memiliki posisi eksternal yang cukup menguntungkan (skor EFE = 2,62). Hal ini menempatkan perusahaan pada kuadran IV strategi agresif (*grow and build*), yang berarti perusahaan perlu fokus pada strategi pengembangan pasar, penetrasi pasar, serta inovasi layanan digital untuk memperkuat daya saingnya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan matriks SWOT, IFE, EFE dan IE. PT Linus Trans Indonesia memiliki posisi yang kuat secara internal dengan skor IFE 3,0 dan posisi eksternal yang cukup menguntungkan dengan skor EFE 2,62. Kekuatan utama perusahaan terletak pada spesialisasi pengiriman domestik, pengalaman lintas industri, serta fleksibilitas layanan, sementara kelemahan utamanya adalah keterbatasan armada dan belum tersedianya sistem pelacakan digital. Dari sisi eksternal, peluang terbesar datang dari meningkatnya kebutuhan logistik di wilayah 3T dan kerja sama dengan BUMN/PMDN, sedangkan ancaman utama muncul dari persaingan dengan perusahaan logistik besar dan regulasi pengiriman yang semakin ketat.

Secara keseluruhan, PT Linus Trans Indonesia berada pada kuadran strategi agresif (*grow and build*), sehingga strategi yang direkomendasikan adalah strategi berorientasi pertumbuhan melalui penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan analisis SWOT, IFE, EFE, dan IE, sehingga penelitian selanjutnya disarankan memakai metode analisis yang lebih komprehensif seperti Matriks SPACE, CPM, BCG, Grand Strategy maupun QSPM, agar hasilnya lebih mendalam dan menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*, 13th ed. New Jersey: Pearson Education.
- David, F. R. (2017). *Strategic management: Concepts and cases - A competitive advantage approach* (16th ed.). Pearson Education.
- Fathia, A., Zahra, A., Wahyudin, W., & Nugraha, B. (2021). The Implementation of the Strategy of Marketing Management through a SWOT Analysis with the Matrix of IFE, EFE and IE. *Serambi Engineering*, VI(2), 1721–1729.
- Ginny, P. L. (2019). Analisis Strategi Bersaing Perusahaan Yang Bergerak Dibidang Logistik Di Jakarta. *PRIMANOMICS : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 17(2).
- Ismail, S. (2012). *Manajemen strategik*. Jakarta: Erlangga, 256.
- Mayang, A., Astuti, I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). In *Anissa Mayang Indri) Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 17, Issue 2).
- Priyajati, H. A., & Haryanto, T. (2020). HUBUNGAN LOGISTIK TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI: STUDI KASUS 9 NEGARA EMERGING MARKETS ASIA. *Media Trend*, 15(1), 133–146. <https://doi.org/10.21107/mediatrend.v15i1.6637>
- Putri, M. A., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2022). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN MATRIKS SWOT, MATRIKS IFE, MATRIKS EFE, DAN MATRIKS IE (STUDI KASUS PADA BISNIS BANJJAGIM.ID)*.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Samudra, I. A., & Nugroho, R. H. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Metode Analisis SWOT pada PT. Nusantara Logistic Sejahtera. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 551. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.452>
- Sandria, F. A., Sitepu, H. M., & Oktalina, G. (2020). ANALISIS SWOT DALAM RANGKA MENYUSUN STRATEGI KOMPETITIF PADA INDUSTRI KECIL (STUDI KASUS IKM KERIPIK CUMI CIK NINA DIDESA BATURUSA KECAMATAN MERAWANG BANGKA INDUK). In *JIPMB), STIE-IBEK* (Vol. 7, Issue 2). www.stie-ibek.ac.id
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. In Cet. Vii. Alfabeta.
- Supply Chain Indonesia. (2025, Januari 10). *SCI: 2025, sektor logistik tumbuh 12,5 persen*. Supply Chain Indonesia. <https://supplychainindonesia.com/sci-2025-sektor-logistik-tumbuh-125-persen/>

Zulfa, J. F., & Rachmawati, I. (2021). The analysis of SWOT dan IE matrix toward marketing strategy PT Bumi Mulia Seed. *e-Proceeding of Management*, 8(5), 5549–5557. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16057>