

## Analisa SWOT Untuk Meningkatkan Kinerja Operasional PT Shaka Jaya Logistik

Tri Wahjoedi<sup>1</sup>, Anita Kartika Sari<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika**

---

**Kata Kunci:**

Kinerja;  
Logistik;  
SWOT.

**Keywords:**

Logistic;  
Performance;  
SWOT.

**Correspondensi Author**

Tri Wahjoedi  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi  
Mahardhika  
[tri.wahjoedi@stiemahardhika.ac.id](mailto:tri.wahjoedi@stiemahardhika.ac.id)

**Abstract.** The community service aims to present a SWOT analysis to provide support to the company PT Shaka Jaya Logistik in facing the challenges of increasing competition in the logistics industry. This SWOT approach identifies internal strengths, weaknesses, opportunities and external threats. From this analysis, 13 recommended actions were produced which were ordered based on priority to improve operational performance. S-O (optimizing strengths to take advantage of opportunities) and W-O (overcoming weaknesses to take advantage of opportunities) strategies are the main focus. Implementation of subsequent corrective actions is carried out by considering the resources owned by PT Shaka Jaya Logistik, in accordance with predetermined priorities. It provides systematic and adaptive guidance to improve a company's competitiveness in a dynamic business environment.

**Abstrak.** Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menyajikan analisis SWOT untuk memberikan dukungan perusahaan PT Shaka Jaya Logistik dalam menghadapi tantangan meningkatnya persaingan di industri logistik. Pendekatan SWOT ini mengidentifikasi kekuatan internal, kelemahan, peluang, dan ancaman eksternal. Dari analisis tersebut, dihasilkan 13 rekomendasi tindakan yang diurutkan berdasarkan prioritas untuk meningkatkan kinerja operasional. Strategi S-O (mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang) dan W-O (mengatasi kelemahan untuk memanfaatkan peluang) menjadi fokus utama. Implementasi tindakan perbaikan selanjutnya dilakukan dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki PT Shaka Jaya Logistik, sesuai dengan prioritas yang telah ditentukan. Ini memberikan panduan yang sistematis dan adaptif untuk meningkatkan daya saing perusahaan dalam lingkungan bisnis yang dinamis

---

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia, dan salah satu bidang yang paling terkena dampak adalah ekonomi. Perubahan ini terjadi meskipun perkembangan teknologi informasi, yang telah menghasilkan fenomena e-commerce. E-commerce tidak sekadar memanfaatkan teknologi, tetapi juga menjadi manifestasi digital dari aktivitas perdagangan yang mengubah fundamental cara manusia berinteraksi dengan produk dan jasa. Sebagai bukti, peningkatan signifikan dalam adopsi e-commerce telah menciptakan paradigma baru dalam perilaku konsumen dan pola konsumsi (Chaffey et al., 2019). E-commerce bukan hanya sekadar perubahan inkremental dalam cara produk dan jasa disediakan, tetapi sebuah pergeseran paradigma yang mengubah lanskap bisnis secara menyeluruh. E-

commerce memungkinkan konsumen untuk mengakses berbagai produk dan jasa tanpa batasan geografis, mengubah interaksi konsumen dengan pasar global (Christensen, 2013).

Dalam konteks ini, logistik memainkan peran krusial dalam menjaga kelancaran operasional e-commerce. Logistik tidak hanya mencakup perpindahan barang, tetapi juga pengaturan perpindahan serta penyimpanan material selama perjalanannya melalui rantai pasok, dari pengirim awal hingga mencapai pelanggan akhir (Waters & Rinsler, 2014). Teknologi memainkan peran kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional dalam logistik. Sistem otomatisasi, pelacakan inventaris real-time, dan integrasi teknologi informasi membantu dalam pemantauan yang akurat dan manajemen yang efisien dari seluruh rantai pasok (Christopher, 2016). Strategi juga menjadi elemen kunci dalam keseluruhan proses logistik. Strategi logistik melibatkan perencanaan yang matang untuk memastikan koordinasi yang efektif dalam setiap tahap perjalanan material (Coyle et al., 2021). Kreativitas juga memainkan peran penting dalam mengatasi tantangan yang mungkin muncul selama perjalanan material. Kreativitas dalam logistik melibatkan kemampuan untuk berpikir inovatif dalam menemukan solusi untuk masalah-masalah unik yang mungkin muncul selama pergerakan dan penyimpanan barang. Keseluruhan proses ini membutuhkan sinergi yang baik antara teknologi, strategi, dan kreativitas untuk memastikan bahwa pengiriman barang berlangsung efisien, tepat waktu, dan mencapai pelanggan dalam kondisi prima.

Salah satu entitas yang memahami pentingnya integrasi teknologi dan logistik dalam era e-commerce adalah PT Shaka Jaya Logistik. Sebagai perusahaan logistik yang berada di Surabaya dengan fokus pada muatan kapal laut untuk pengiriman domestik. PT Shaka Jaya Logistik telah berdedikasi untuk memberikan perlakuan khusus pada berbagai jenis barang, baik yang berukuran kecil maupun besar, untuk kebutuhan bisnis dan pemerintah. Sejak tahun 2020, PT Shaka Jaya Logistik telah mengadopsi strategi pemasaran modern dengan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan website guna lebih efektif mengenalkan produk dan layanannya kepada masyarakat. Dengan menggabungkan strategi, inisiatif, dan kreativitas, perusahaan ini bertujuan untuk memastikan bahwa proses pengiriman barang tidak hanya efisien, tetapi juga memenuhi standar kualitas sehingga barang yang dikirim dapat sampai ke tujuan dengan tepat waktu dan dalam kondisi optimal.

Namun, seperti halnya dalam setiap bisnis, tantangan selalu ada. Saat ini, PT Shaka Jaya Logistik dihadapkan pada kendala dalam proses pendistribusian barang yang menyebabkan keluhan dari pihak pelanggan. Pelanggan mengeluhkan kurangnya optimalitas dalam proses pengiriman, yang dipicu oleh kendala di lokasi pengiriman. Dalam rangka memperbaiki dan meningkatkan pengalaman pelanggan, pendampingan usaha dan inovasi dalam proses logistik diharapkan dapat menjadi solusi untuk mengatasi kendala yang dihadapi, sekaligus memperkuat posisi perusahaan ini dalam menghadapi dinamika kompetitif di era e-commerce yang terus berkembang. Melalui pendekatan holistik ini, PT Shaka Jaya Logistik berkomitmen untuk terus menyempurnakan prosesnya agar dapat memberikan pelayanan logistik yang prima dan memenuhi harapan pelanggan.

## **Metode dan Strategi**

Metode Pengabdian Masyarakat yang diterapkan di PT Shaka Jaya Logistik mengusung pendekatan perumusan strategi perbaikan melalui Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Pendekatan ini menjadi landasan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja perusahaan, serta merumuskan strategi perbaikan yang relevan dengan tantangan yang dihadapi.

Analisis SWOT merupakan alat analisis strategis yang komprehensif. Pertama-tama, mengidentifikasi kekuatan internal yang dimiliki perusahaan. Kekuatan internal ini melibatkan aspek-aspek seperti keahlian khusus dan keunggulan kompetitif yang dapat membedakan perusahaan dari pesaingnya (David, 2011). Seperti keahlian khusus dalam muatan kapal laut, perlakuan khusus pada barang berukuran besar, dan strategi pemasaran yang inovatif melalui media sosial. Sementara itu, kelemahan internal dapat menjadi hambatan yang signifikan untuk pencapaian tujuan bisnis (Hitt et al., 2009). Kelemahan internal seperti kendala dalam proses

distribusi barang di lokasi pengiriman diidentifikasi sebagai area perbaikan.

Dalam mengevaluasi peluang eksternal, mempertimbangkan tren industri logistik dan e-commerce, kemungkinan kemitraan strategis, dan potensi peningkatan penggunaan teknologi dalam operasionalnya. Di sisi lain, ancaman eksternal seperti persaingan yang ketat, fluktuasi ekonomi, dan ketidakpastian regulasi di bidang logistik juga dianalisis. Evaluasi peluang dan ancaman eksternal membantu organisasi memahami bagaimana faktor-faktor di luar kendali internal perusahaan dapat mempengaruhi kinerja dan arah masa depan (Evans & Lindsay, 2010). Memahami tren industri adalah kritis karena tren dapat membentuk arah yang diperkirakan dan mengidentifikasi peluang untuk keunggulan bersaing (Porter, 2008). Persaingan yang ketat dapat merusak profitabilitas dan mendorong perusahaan untuk menciptakan strategi untuk membedakan diri dari pesaing (Porter, 2008).

Setelah identifikasi, selanjutnya memberikan prioritas pada elemen-elemen SWOT yang paling relevan dengan kendala utama dalam proses pendistribusian barang. Misalnya, kelemahan internal terkait dengan proses distribusi dapat menjadi fokus utama untuk diperbaiki. Sebagai respons terhadap temuan ini, dirumuskan strategi perbaikan yang sesuai.

Berbagai strategi dapat diusulkan, seperti peningkatan pelatihan bagi staf logistik, pengoptimalan rute pengiriman, implementasi teknologi pelacakan barang yang lebih canggih, dan penguatan kerjasama dengan mitra lokal di lokasi pengiriman. Strategi ini diarahkan untuk mengatasi kelemahan internal dan mengambil keuntungan dari peluang eksternal yang teridentifikasi.

Penerapan Analisis SWOT sebagai metode pengabdian masyarakat di PT Shaka Jaya Logistik menunjukkan komitmen perusahaan untuk mendekati perbaikan bisnis secara sistematis dan berbasis data. Dengan merinci kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang terukur dan adaptif, sejalan dengan dinamika industri logistik dan e-commerce yang terus berkembang. Melalui langkah-langkah ini, diharapkan PT Shaka Jaya Logistik dapat meningkatkan efisiensi operasionalnya, memperkuat layanannya, dan memenuhi ekspektasi pelanggan.

## **Program Unggulan**

Program ini dirancang sebagai inisiatif strategis komprehensif yang mengintegrasikan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dengan sistem manajemen kinerja operasional untuk menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi PT Shaka Jaya Logistik. Melalui pendekatan sistematis yang melibatkan evaluasi mendalam terhadap kekuatan internal perusahaan seperti jaringan distribusi dan teknologi logistik, identifikasi kelemahan operasional dalam aspek manajemen inventori dan efisiensi rute, serta pemetaan peluang pasar digital dan ancaman persaingan industri, program ini bertujuan mengoptimalkan seluruh rantai nilai logistik perusahaan. Implementasi dilakukan melalui tiga fase utama: fase diagnostik dengan audit operasional menyeluruh, fase strategis dengan pengembangan roadmap perbaikan berbasis temuan SWOT, dan fase eksekusi dengan monitoring KPI real-time serta continuous improvement system, yang diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional hingga 25%, mengurangi biaya logistik sebesar 15%, dan memperkuat posisi market share perusahaan dalam industri logistik nasional.

## **Hasil Dan Pembahasan**

### **A. Analisa SWOT**

#### **1. Strength (Kekuatan)**

- a. Perusahaan memiliki reputasi yang baik di bidangnya.
- b. Perusahaan sangat fleksibel dalam menanggapi permintaan pelanggan.
- c. Perusahaan memperhatikan setiap keinginan dan kebutuhan pelanggan.
- d. Perusahaan mempunyai biaya overhead yang rendah.
- e. Penawaran harga yang lebih baik dibandingkan perusahaan sejenis lainnya.
- f. Perusahaan merespons permintaan pelanggan dengan cepat tanpa birokrasi apa pun.
- g. Tempat usaha/kantor berada di gedung perkantoran yang relatif aman dan

- terpercaya.
- h. Jangkauan pengiriman lokal yang kuat.
  - i. Legalitas perusahaan yang sah dan lengkap.
  - j. Hubungan antar staff yang berbasis kekeluargaan.
  - k. Kecilnya jarak hubungan antara top management dan staff.
  - l. Pemilik mudah memberikan bantuan apabila perusahaan kekurangan modal untuk mengambil suatu pekerjaan
  - m. Memiliki akses langsung ke berbagai perusahaan pelayaran.
  - n. Berkat karyawan yang berpengetahuan, proses kerja menjadi cepat dan efisien.
2. Weakness (Kelemahan)
    - a. Sistem administrasi yang masih konvensional.
    - b. Kekuatan modal yang terbatas.
    - c. Kepemilikan kantor yang masih sewa/kontrak.
    - d. Sumber daya manusia yang terbatas/sedikit.
    - e. Staf yang kurang optimal untuk menghadapi era digital.
    - f. Komunikasi yang kurang antar sesama personel.
    - g. Sering menerima pekerjaan dadakan yang sangat mengganggu cash flow perusahaan.
    - h. Aset terbatas.
    - i. Alat untuk menyelesaikan pekerjaan yang terbatas.
    - j. Kekuatan tawar yang rendah saat bernegosiasi dengan klien.
    - k. Kurang mampu mengarahkan klien untuk dapat mengikuti standard keamanan pelayaran.
  3. Opportunity (Peluang)
    - a. Pedagang semakin banyak menggunakan jasa logistik untuk mengirimkan barang ke luar pulau.
    - b. Potensi pasar dalam negeri yang meningkat seiring kebijakan pemerintah tentang produk dalam negeri.
    - c. Kebutuhan perusahaan manufaktur untuk mengirimkan barang dengan penanganan khusus.
  4. Threat (Ancaman)
    - a. Ada pesaing baru yang menawarkan harga lebih murah.
    - b. Kendala terhambat oleh perubahan kondisi cuaca.
    - c. Adanya bencana alam.
    - d. Regulasi pemerintah tentang pajak dan logistik yang dapat berubah sewaktu-waktu.

Menurut (Rangkuti, 1998), matriks SWOT dapat menggambarkan dengan jelas bagaimana suatu perusahaan dapat menyesuaikan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapinya terhadap kekuatan dan kelemahannya. Matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 1. Matrix SWOT

	<b>Strenght</b>	<b>Weakness</b>
<b>Opportunities</b>	S4, O1. Meningkatkan promosi agar lebih dikenal dan menarik pelanggan baru. S3, O1. Perusahaan harus terus menjaga hubungan baik dengan seluruh mitra usahanya yaitu pelanggannya agar loyalitasnya tetap terjaga. S2, O1. Perusahaan tetap harus menjaga	W1, O1. Memperbaiki sistem administrasi dengan e-commerce agar pelanggan baru mudah mencari. W2, O2. Menambah permodalan agar dapat meningkatkan omzet. W9, O3. Memperbaiki /menambah peralatan untuk muatan dengan perlakuan khusus.

	<b>Strenght</b>	<b>Weakness</b>
	fleksibilitas pelayanannya terhadap pelanggan. S8, O2. Memperluas jangkauan pengiriman, seiring dengan makin banyaknya peluang pasar. S14, O3. Meningkatkan ketrampilan pegawai dalam menangani muatan dengan perlakuan khusus.	W11, O1. Membuat SOP standard keamanan pelayaran untuk diedukasikan pada pelanggan.
<b>Threats</b>	S1, T1. Selalu mengedepankan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas dan setia. S14, T2. Memberikan pelayanan berkualitas tinggi, harga kompetitif, dan ketepatan waktu, serta layanan berkualitas tinggi yang disesuaikan dengan spesifikasi dan jadwal pelanggan. S13, T3. Mengasuransikan armada kendaraan dengan pertanggung jawaban yang cukup dan sesuai.	W6, T1. Meningkatkan komunikasi antar karyawan agar mempunyai daya saing di industri logistik. W9, T3. Mengasuransikan armada kendaraan dengan pertanggung jawaban yang cukup dan sesuai.

### Skala Prioritas

Menyusun urutan kebutuhan berdasarkan tingkat kepentingannya disebut skala prioritas kebutuhan. Fungsinya adalah untuk menentukan kebutuhan mana yang harus diprioritaskan dan mana yang dapat ditunda. Perusahaan tidak memiliki banyak sumber daya dan alat untuk memenuhi semua kebutuhannya. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk memprioritaskan kebutuhan yang dianggap paling mendesak dan penting daripada kebutuhan lainnya.

Tabel 2. Kriteria Pembobotan

<b>No</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Nilai</b>
1	Severity (Keseriusan): - Sangat Serius - Serius - Sedang - Ringan - Sangat Ringan	9 8 7 6 5
2	Solvability (kemudahan penyelesaian): - Sangat Mudah - Mudah - Sedang - Berat - Sangat Berat	9 8 7 6 5

No	Kriteria	Nilai
3	Occurance (Keseringan permasalahan muncul):	
	- Sangat Sering	9
	- Sering	8
	- Sedang	7
	- Jarang	6
- Sangat Jarang	5	

Tabel 3. Pembobotan pada permasalahan

No.	Deskripsi	Severity	Solvability	Occurrence	Total
1	Kurangnya pelanggan baru yang melakukan transaksi	9	8	8	25
2	Konsistensi ketepatan waktu dalam pengiriman barang sesuai dengan permintaan pelanggan	9	8	8	25
3	Komunikasi horizontal antar pegawai yang kurang lancar	8	8	9	25
4	Adanya pesaing pendatang baru yang memberikan harga yang lebih murah	7	9	9	25
5	Kurangnya asuransi untuk armada yang dimiliki dengan nilai pertanggungan yang cukup dan memadai.	9	9	6	24
6	SOP standard keamanan pelayaran yang tidak diedukasikan pada pelanggan	8	9	7	24
7	Kekurangan modal sehingga tidak dapat meningkatkan omzet	9	7	7	23
8	Fleksibilitas pelayanan terhadap pelanggan yang kurang	7	7	9	23
9	Intensitas yang kurang dalam hal komunikasi dan layanan terhadap customer loyal	6	9	8	23

No.	Deskripsi	Severity	Solvability	Occurrence	Total
10	Jangkauan pengiriman yang kurang luas	8	7	7	22
11	Ketrampilan pegawai masih minim dalam menangani muatan dengan Treatment khusus	7	7	8	22
12	Peralatan yang minim dalam menangani muatan dengan Treatment khusus	6	8	8	22
13	Perusahaan tidak menggunakan teknologi ecommerce agar pelanggan baru mudah mencari	8	7	6	21

Tabel 4. Urutan Prioritas berdasar pembobotan

No.	Deskripsi
1	Meningkatkan promosi melalui sosial media instagram baik berupa gambar atau video, agar lebih dikenal dan menarik pelanggan baru
2	Memberikan pelayanan berkualitas tinggi, harga kompetitif, dan ketepatan waktu, serta layanan berkualitas tinggi yang disesuaikan dengan spesifikasi dan jadwal pelanggan
3	Meningkatkan komunikasi antar karyawan agar mempunyai daya saing di industri logistik.
4	Selalu mengedepankan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas dan setia.
5	Mengasuransikan armada kendaraan dengan pertanggung jawaban yang cukup dan sesuai.
6	Membuat SOP standard keamanan pelayaran untuk diedukasikan pada pelanggan
7	Menambah permodalan agar dapat meningkatkan omzet
8	Perusahaan tetap harus menjaga fleksibilitas pelayanannya terhadap pelanggan
9	Perusahaan harus terus menjaga hubungan baik dengan seluruh mitra usahanya yaitu pelanggannya agar loyalitasnya tetap terjaga
10	Memperluas jangkauan pengiriman,
11	seiring dengan makin banyaknya peluang pasar
12	Meningkatkan ketrampilan pegawai dalam menangani muatan dengan Treatment khusus
13	Memperbaiki /menambah peralatan untuk muatan dengan Treatment khusus

## B. Penerapan Strategi Promo Media Sosial

Instagram merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya berbagi foto dan video dengan pengguna lain melalui telepon genggam. Instagram menawarkan beberapa pilihan warna yang menarik saat mengedit. Instagram juga memiliki hashtag dan caption yang dapat ditetapkan sebagai hashtag, sehingga memungkinkan pengguna Instagram untuk langsung

mencari informasi yang mereka inginkan, dan brand yang menggunakan hashtag dapat dengan cepat membagikan informasi tentang akunnya kepada pengguna Instagram di hadapan calon pelanggan. Strategi periklanan media sosial adalah suatu proses pemasaran yang dilakukan melalui pihak ketiga, khususnya website berbasis media sosial. Saat ini sudah banyak media sosial yang bisa digunakan untuk memasarkan dan mempromosikan produk dan jasa. Media sosial yang biasa digunakan untuk pemasaran dan periklanan antara lain Facebook, Instagram, dan Twitter. Bisnis dan merek dapat menggunakan media ini untuk menjalankan kampanye periklanan yang terstruktur dan bertarget. Pemasaran ini memungkinkan untuk memasarkan konten. Konten yang dipasarkan melalui media sosial relevan dengan produk yang dijual. Teknik pemasaran modern ini digunakan untuk pemasaran konten serta pemasaran merek. Tujuan pemasaran merek disini adalah untuk memperkenalkan merek kepada masyarakat luas atau yang sering disebut dengan brand awareness. Memperkenalkan merek dan menciptakan kesan positif akan meningkatkan kepercayaan dan meningkatkan kemungkinan promosi menghasilkan penjualan.

PT. Shaka Jaya Logistik merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman. Produk utama yang dijual adalah jasa pengiriman produk dan informasi proses pengiriman produk. Strategi Promosi melalui media sosial dalam perusahaan PT. Shaka Jaya Logistik dapat dengan cara pemasaran yang bertujuan untuk mendapatkan pembeli potensial dan mengangkat nama brand dengan menggunakan aplikasi yang tersedia yang dengan mudah dapat digunakan dan di akses secara langsung oleh setiap pemilik peralatan hp *mobile*. Dengan adanya aplikasi tersebut maka kustomer yang akan mengirim barang dapat dengan mudah mengetahui informasi terkait perusahaan logistik yang akan dipilih.

### **Tahapan Evaluasi dan Monitoring**

Tahapan evaluasi dalam implementasi analisis SWOT PT Shaka Jaya Logistik dilaksanakan melalui sistem evaluasi multi-level yang terdiri dari evaluasi harian, mingguan, dan bulanan untuk memastikan efektivitas strategi yang telah ditetapkan. Evaluasi harian fokus pada monitoring Key Performance Indicators (KPI) operasional seperti tingkat on-time delivery, utilisasi armada, dan tingkat kepuasan pelanggan melalui dashboard real-time yang terintegrasi dengan sistem Enterprise Resource Planning (ERP) perusahaan. Evaluasi mingguan melibatkan analisis trend kinerja operasional, identifikasi bottleneck dalam supply chain, serta assessment terhadap pencapaian target yang telah ditetapkan dalam matrix SWOT, sedangkan evaluasi bulanan mencakup comprehensive review terhadap seluruh aspek strategis SWOT dengan melibatkan seluruh stakeholder internal untuk memastikan alignment antara strategi dan eksekusi operasional di lapangan.

Sistem monitoring dirancang dengan pendekatan balanced scorecard yang mengintegrasikan perspektif finansial, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran & pertumbuhan untuk memberikan gambaran holistik terhadap dampak implementasi strategi SWOT terhadap kinerja operasional perusahaan. Monitoring dilakukan melalui kombinasi tools teknologi seperti GPS tracking untuk monitoring real-time pergerakan armada, sistem warehouse management untuk tracking inventory turnover, dan customer relationship management (CRM) untuk measuring customer satisfaction index, yang kesemuanya terintegrasi dalam executive dashboard untuk memudahkan decision making level manajemen. Mekanisme continuous improvement diimplementasikan melalui monthly review meeting yang melibatkan tim lintas fungsi untuk menganalisis gap antara target dan actual performance, mengidentifikasi faktor-faktor penyebab deviasi, dan merumuskan corrective action plan yang akan menjadi input untuk updating matrix SWOT secara berkala, sehingga strategi perusahaan tetap relevan dan responsif terhadap dinamika lingkungan bisnis logistik yang terus berubah.

### **Simpulan Dan Saran**

Dengan pendekatan SWOT didapatkan beberapa strategi (S-O, W-O, S-T, W-T) yang mana didapat dengan melakukan exploring atas faktor internal (Kekuatan & Kelemahan) dan faktor eksternal (Kesempatan & Ancaman). Dihasilkan 13 rekomendasi tindakan yang telah diurutkan

Tri Wahjoedi, Anita Kartika Sari.

Analisa SWOT Untuk Meningkatkan Kinerja Operasional PT Shaka Jaya Logistik

berdasar skala prioritas mulai dari no 1 sampai dengan no 13. Tindakan perbaikan dapat dilakukan menyesuaikan dengan sumber daya yang dimiliki PT. Shaka Jaya Logistik sebagaimana urutan yang telah dihasilkan dari prioritasasi.

## Daftar Rujukan

- Ataupah, A. G. (2023). Analisis Efisiensi Operasional, Intergrasi Teknologi dan Kualitas Layanan terhadap Kinerja Perusahaan Freight Forwarding Multimoda. *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah dan Muamalah*. Retrieved from <https://siberpublisher.org/index.php/JHESM/article/view/228>
- Chaffey, D., Edmundson-Bird, D., & Hemphill, T. (2019). *Digital business and e-commerce management*. Pearson UK.
- Christensen, C. M. (2013). *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- Christopher, M. (2016). *Logistics and Supply Chain Management: Logistics & Supply Chain Management*. Pearson UK.
- Coyle, J. J., Novack, R. A., Gibson, B. J., & Langley, C. J. (2021). *Supply chain management: a logistics perspective*. Cengage Learning.
- David, F. R. (2011). *Strategic management concepts and cases*. Prentice hall.
- Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2010). *Managing for quality and performance excellence*. Delmar Learning.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2009). *Strategic Management: Concepts & Cases Competitiveness and Globalization 8th Edition*. South-Western Cengage Learning.
- Mecalux. (2024). SWOT analysis: definition and how to apply it in logistics. Retrieved from <https://www.mecalux.com/blog/swot-analysis>
- Mordor Intelligence. (2025). Indonesia Freight and Logistics Market Size & Share Analysis - Industry Research Report - Growth Trends. Retrieved from <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/indonesia-freight-logistics-market>
- Osum. (2025). Logistics Company SWOT Analysis Revealed. Retrieved from <https://blog.osum.com/logistics-company-swot-analysis/>
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Perpusteknik.com. (2023). Analisis SWOT Perusahaan Logistik: Menapaki Persaingan Dalam Gaya Santai. Retrieved from <https://perpusteknik.com/analisis-swot-perusahaan-logistik/>
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78.
- ResearchGate. (2019). Strategi Bisnis Dengan Menggunakan Analisis SWOT Dengan Model Supply Chain Logistik Untuk Meningkatkan Penjualan Retail Pada PT XYZ. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/335034843\\_Strategi\\_Bisnis\\_Dengan\\_Menggunakan\\_Analisis\\_Swot\\_Dengan\\_Model\\_Supply\\_Chain\\_Logistik\\_Untuk\\_Meningkatkan\\_Penjualan\\_Retail\\_Pada\\_Pt\\_Xyz](https://www.researchgate.net/publication/335034843_Strategi_Bisnis_Dengan_Menggunakan_Analisis_Swot_Dengan_Model_Supply_Chain_Logistik_Untuk_Meningkatkan_Penjualan_Retail_Pada_Pt_Xyz)
- Ridjan, M. (2021). Strategi untuk Perusahaan Transportasi dan Logistik. *Supply Chain Indonesia*. Retrieved from <https://supplychainindonesia.com/strategi-untuk-perusahaan-transportasi-dan-logistik/>
- Pratamahanu. (2021). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Bersaing Pada PT. Chaya Interfreight Cargo Cabang Jakarta. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*. Retrieved from <http://ejournal.stieipwija.ac.id/index.php/jmk/article/view/513>
- SmartID. (2024). Analisis SWOT Sebagai Kunci Sukses dalam Merencanakan Bisnis. Retrieved from <https://smartid.co.id/en/analisis-swot-sebagai-kunci-sukses-dalam-merencanakan->

[bisnis/](#)

Solink. (2025). Logistics SWOT analysis examples and explanations. Retrieved from <https://solink.com/resources/industry-insights/logistics-swot-analysis-examples/>

Waters, D., & Rinsler, S. (2014). *Global logistics: New directions in supply chain management*. Kogan Page Publishers.