

PKM PEMETAAN SWOT UNTUK PENGUATAN SISTEM TI DAN BISNIS PT KRAKATAU BAJA INDUSTRI

Anita Megayanti^{1*}, Roy Amrullah Ritonga² dan Gustina³

Sekolah Tinggi Teknologi Ilmu Komputer (STTIKOM) Insan Unggul¹³, Universitas Alkhairiyah Cilegon²
anita.megayanti@gmail.com^{1*}, roy.amrullah@gmail.com², gustina0881@gmail.com³

Histori Makalah

Diterima Editor :
(29/04/2025)

Direvisi Pemakalah :
(29/04/2025)

Diterima Publikasi :
(30/04/2025)



Office:
Sekolah Tinggi Teknologi
Ilmu Komputer Insan Unggul
(STTIKOM Insan Unggul)



This is an open access article
published under the CC-BY-SA
license.

ABSTRAK

Transformasi digital menjadi kebutuhan utama bagi perusahaan industri dalam meningkatkan daya saing. PT Krakatau Baja Industri sebagai entitas yang bergerak di bidang manufaktur baja memerlukan penguatan strategi TI dan bisnis yang terintegrasi. Melalui metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memetakan kondisi eksisting serta memberikan rekomendasi strategis untuk penguatan sistem teknologi informasi dan pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Analisis SWOT memberikan arah strategis yang jelas dalam penguatan sistem TI dan bisnis PT Krakatau Baja Industri. Dengan memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal, serta mengatasi kelemahan dan ancaman, perusahaan dapat meningkatkan daya saing di pasar baja yang semakin kompetitif. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan kajian dokumen strategis perusahaan. Hasil menunjukkan bahwa PT Krakatau Baja Industri memiliki kekuatan dalam kualitas produk dan posisi pasar, namun menghadapi tantangan dalam hal diversifikasi dan pengelolaan aset TI. Rekomendasi diarahkan pada pemanfaatan peluang industri otomotif dan IoT, serta mitigasi risiko dari kompetitor yang inovatif.

Kata Kunci: SWOT Analysis, Sistem TI, Strategi Bisnis, Industri Baja, Transformasi Digital

ABSTRACT

Digital transformation is a primary need for industrial companies to increase competitiveness. PT Krakatau Baja Industri as an entity engaged in steel manufacturing requires strengthening integrated IT and business strategies. Through the SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) method, this community service activity aims to map existing conditions and provide strategic recommendations for strengthening information technology systems and sustainable business development. SWOT analysis provides a clear strategic direction in strengthening PT Krakatau Baja Industri's IT and business systems. By utilizing internal strengths and external opportunities, as well as overcoming weaknesses and threats, the company can increase competitiveness in the increasingly competitive steel market. The methods used include observation, interviews, and review of the company's strategic documents. The results show that PT Krakatau Baja Industri has strengths in product quality and market position, but faces challenges in terms of diversification and management of IT assets. Recommendations are directed at utilizing opportunities in the automotive and IoT industries, as well as mitigating risks from innovative competitors.

Keywords: SWOT Analysis, IT System, Business Strategy, Steel Industry, Digital Transformation

PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata kepada PT Krakatau Baja Industri melalui pemetaan SWOT yang komprehensif, sebagai dasar dalam merumuskan strategi penguatan sistem TI dan pengembangan bisnis perusahaan. Dengan melibatkan metode observasi, wawancara, dan kajian terhadap dokumen strategis perusahaan, kegiatan ini diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi yang aplikatif dan berorientasi pada peningkatan kapabilitas perusahaan dalam menghadapi tantangan industri masa depan. Pendekatan kolaboratif antara akademisi dan praktisi industri menjadi kunci dalam mendukung keberhasilan transformasi digital yang terarah dan berkelanjutan.

Dengan memanfaatkan kekuatan internal, seperti kualitas produk dan posisi sebagai market leader, serta peluang eksternal dari kebijakan proteksi industri baja dan pertumbuhan industri otomotif, PT Krakatau Baja Industri memiliki potensi besar untuk melakukan lompatan strategis. Namun demikian, perusahaan juga perlu mengatasi tantangan dalam hal keterbatasan diversifikasi, kesiapan sumber daya manusia, serta pengelolaan dan optimalisasi aset teknologi yang ada. Oleh karena itu, analisis SWOT ini tidak hanya menjadi alat diagnostik, tetapi juga menjadi dasar dalam perumusan arah transformasi digital yang berkelanjutan bagi perusahaan.

TAHAP PERSIAPAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Tahapan persiapan ini mengacu pada pendekatan yang digunakan oleh (Anggraini & Handayani, 2024) dalam kegiatan pengabdian terkait perancangan sistem informasi strategis, yang menekankan pentingnya pemahaman kondisi eksisting dan kebutuhan pengguna sebagai dasar intervensi. Selain itu, metode observasi dan pendekatan partisipatif juga merujuk pada model yang diterapkan (Muryanto, 2023) dengan menempatkan partisipasi aktif mitra sebagai faktor penting dalam keberhasilan program. Tiga tahapan utama dan evaluasi mengacu pada pendekatan sistematis yang umum digunakan dalam kegiatan pengabdian berbasis riset terapan yaitu perencanaan, pelaksanaan (Simatupang et al.:2020; Rahayu & Wibowo, 2021).

Adapun tahapan persiapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Tahap Perencanaan

Langkah awal dilakukan dengan menjalin komunikasi langsung dengan pihak manajemen PT Krakatau Baja Industri khususnya tim TI dan unit pengembangan bisnis, untuk mengidentifikasi

permasalahan utama yang dihadapi, khususnya terkait sistem teknologi informasi dan arah pengembangan bisnis perusahaan sehingga dapat memahami konteks organisasi, tantangan yang dihadapi, serta kesediaan untuk menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini. Kegiatan ini mengikuti pendekatan dialogis yang tertuang dalam studi kolaboratif TI di sektor industri (Putri et al., 2023).

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan mencakup kegiatan pengumpulan data primer dan sekunder yang dilakukan melalui observasi langsung ke lingkungan kerja, wawancara semi-terstruktur dengan tim IT, manajemen, dan staf operasional, serta studi dokumen terkait strategi bisnis dan teknologi informasi yang diterapkan perusahaan. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan pendekatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), guna menghasilkan peta strategis yang menggambarkan posisi internal dan eksternal perusahaan (Supriyanto & Handayani, 2022). Hasil analisis ini menjadi dasar dalam penyusunan rekomendasi strategis yang aplikatif untuk penguatan sistem TI dan bisnis.

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas proses pelaksanaan serta kualitas rekomendasi yang diberikan. Evaluasi bersifat formatif dan sumatif, mencakup refleksi bersama mitra terhadap hasil pemetaan SWOT dan potensi implementasi rekomendasi strategis. Dengan pendekatan evaluatif tahap ini penting untuk memastikan keberlanjutan dampak dari kegiatan pengabdian serta membuka ruang tindak lanjut di masa mendatang sehingga keterlibatan mitra dalam proses evaluasi penting untuk memastikan bahwa hasil pengabdian dapat diimplementasikan secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui observasi lapangan dan penyebaran kuesioner untuk melakukan asesmen terhadap situasi bisnis dan teknologi informasi (TI) saat ini. Melalui kegiatan ini, diperoleh gambaran yang komprehensif guna memberikan rekomendasi yang tepat dalam memperkuat sistem TI dan strategi bisnis di PT Krakatau Baja Industri. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa blueprint Rencana Strategis Teknologi Informasi (RSTI) PT

Krakatau Baja Industri sebagai panduan pengembangan TI yang berkelanjutan dan selaras dengan arah bisnis perusahaan.

1. Tahap Perencanaan

Kegiatan observasi dilakukan untuk memahami kondisi aktual sistem TI yang digunakan perusahaan, serta proses bisnis yang berjalan sehari-hari. Pada tahap perencanaan, tim pelaksana pengabdian melakukan dua metode utama untuk memperoleh data awal, yaitu observasi langsung ke lapangan dan penyebaran kuesioner kepada para karyawan di beberapa divisi strategis PT Krakatau Baja Industri, khususnya yang berkaitan dengan sistem teknologi informasi dan operasional bisnis. Hasil observasi menunjukkan bahwa:

- Infrastruktur TI yang dimiliki sudah cukup memadai, namun integrasi antar sistem belum

optimal, terutama antara sistem internal dan sistem eksternal seperti SAP.

- Terdapat beberapa proses bisnis yang masih dilakukan secara manual atau semi-digital, seperti proses pelaporan dan dokumentasi.
- Pemanfaatan data belum terintegrasi dengan sistem analitik yang canggih, sehingga pengambilan keputusan masih cenderung berdasarkan pengalaman lapangan.
- Karyawan memiliki kemampuan dasar penggunaan sistem tetapi belum terdapat pelatihan berkala untuk peningkatan kompetensi digital.

Hasil observasi mengindikasikan adanya kelemahan internal (*Weaknesses*) dan juga kekuatan internal (*Strengths*) yang dapat dieksplorasi lebih lanjut dalam analisis SWOT.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Kuesioner

Aplikasi	Jml Responder	SQ	IQ	SEQ	SU	US	EN	STR
SAP	58	56%	59%	59%	62%	61%	62%	63%
MES(Manufacturing Execution System)	36	51%	54%	50%	57%	50%	58%	54%
ESS (Employee Self Service)	82	48%	45%	50%	47%	46%	48%	50%
EPMS (Enterprise Performance Management Sytsem)	31	69%	65%	62%	62%	61%	66%	56%
SSO (Single Sign On)	103	46%	41%	56%	49%	56%	47%	51%
Impulse	48	63%	61%	66%	59%	58%	58%	53%
LIMS (Laboratory Information Management System)	27	48%	54%	49%	52%	52%	60%	53%
MSDC (Management System Document Controlling)	64	43%	42%	44%	43%	43%	39%	43%
ITOS (IT Online Services)	57	53%	56%	57%	57%	58%	52%	52%
SBM (Secured Billing Management)	3	64%	42%	63%	40%	50%	100%	80%

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui observasi langsung di

lapangan dan pengisian kuesioner oleh responden yang berasal dari berbagai unit kerja di PT Krakatau Baja Industri.

Strategi Strength terhadap Opportunity (SO) PT KBI

Strategi pemanfaatan *strength* untuk menangkap *opportunity*

- Memanfaatkan kualitas produk yang terpercaya untuk menjaga loyalitas pelanggan dengan mengembangkan aplikasi *Customer Relationship Management* (CRM) (model: **KRASmart Connect**)
Dengan reputasi produk berkualitas tinggi yang telah diakui pelanggan, PT KBI dapat lebih mudah menembus pasar ekspor. Perusahaan akan memperkuat sertifikasi internasional dan meningkatkan standar mutu agar mampu memenuhi regulasi negara tujuan ekspor.
- Memanfaatkan posisi sebagai *Market Leader* untuk mendukung perluasan pasar melalui *Corporate Website* yang informatif & interaktif. Dengan status sebagai pemimpin pasar baja di Indonesia, PT KBI dapat semakin memperkuat posisinya dan mengembangkan market melalui

informasi yang jelas terkait produk-produk dan bisa secara langsung interaktif dengan pelanggan secara global. Perusahaan dapat terus memperluas produksi dan distribusi agar lebih kompetitif dibandingkan impor baja dari luar negeri.

- Membangun budaya kerja yang kuat dan tim yang solid untuk mendukung ekspansi global
Dengan budaya kerja yang kuat serta tim yang solid dan inovatif, PT KBI dapat lebih agresif dalam menangkap peluang ekspor. Perusahaan dapat mengembangkan strategi ekspansi yang berfokus pada peningkatan sumber daya manusia agar siap bersaing di pasar internasional.

Dengan strategi SO ini, PT KBI optimis dapat memperkuat posisinya sebagai pemimpin industri baja nasional dan meningkatkan daya saing di pasar internasional, sekaligus memanfaatkan peluang dari kebijakan pemerintah dan pertumbuhan industri otomotif.

Strategi *Weakness* terhadap *Opportunity* (WO) PT KBI

Strategi pemanfaatan *Opportunity* untuk mengatasi *Weakness*

- a. Mengembangkan kompetensi sumber daya manusia agar relevan dengan teknologi terkini untuk meningkatkan kompetensi Sumber Daya Manusia seperti Training Tata Kelola, *IT Security*, *AI technology*, dll.

Untuk mengatasi keterbatasan sumber daya manusia dalam mengadopsi teknologi modern, PT KBI dapat mengadakan program pelatihan dan sertifikasi bagi karyawan. Dengan meningkatkan keterampilan tenaga kerja, perusahaan dapat lebih mudah mengadopsi teknologi baru dan meningkatkan efisiensi produksi.

- b. Membangun kemitraan strategis dengan dukungan sistem MES dan ERP seperti bisnis tolling.

Kemitraan strategis, seperti dalam bisnis tolling, memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan kapasitas produksi tanpa harus berinvestasi dalam fasilitas manufaktur tambahan. Model ini memberikan fleksibilitas dalam memenuhi permintaan pasar sambil menjaga efisiensi biaya operasional. Dengan dukungan sistem MES dan ERP, perusahaan dapat memastikan transparansi, pengelolaan data yang lebih baik, serta peningkatan produktivitas.

Manfaat Integrasi MES dan ERP dalam Kemitraan Strategis:

1. Sistem MES membantu dalam pemantauan real-time proses produksi, memastikan kualitas produk tetap konsisten, serta mengurangi pemborosan bahan baku.
2. ERP memungkinkan perusahaan mengelola sumber daya secara lebih efektif, termasuk perencanaan produksi, manajemen inventaris, dan kontrol keuangan.
3. Dengan sistem yang terintegrasi, perusahaan dapat berbagi informasi dengan mitra strategis secara lebih cepat dan akurat, meminimalkan risiko kesalahan komunikasi.
4. Peningkatan Visibilitas yang terpusat dalam ERP dan dianalisis oleh MES memberikan wawasan yang lebih mendalam untuk pengambilan keputusan berbasis data.

Dengan strategi WO ini, PT KBI dapat mengatasi keterbatasannya dan memanfaatkan peluang yang ada untuk tumbuh lebih kompetitif di pasar domestik maupun internasional. Perusahaan akan terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan industri guna mencapai keberlanjutan bisnis jangka panjang.

Strategi *Threats* terhadap *Strength* (TS) PT KBI

Strategi pemanfaatan *strength* untuk menghadapi *Threats*

- a. Membangun sistem informasi pemasaran yang terintegrasi untuk menyaingi kompetitor dengan pengembangan *Predictive Pricing Analytisc (Model KRASmart Optima)*

Predictive Pricing Analytics adalah metode berbasis data yang menggunakan kecerdasan buatan (AI) dan *machine learning* (ML) untuk memprediksi tren harga di pasar baja. Dengan sistem ini, perusahaan dapat menetapkan harga yang lebih kompetitif berdasarkan analisis permintaan, pasokan, perilaku pelanggan, serta faktor eksternal seperti kebijakan perdagangan dan fluktuasi harga bahan baku.

- b. Penerapan teknologi *IoT (Internet of Things)* seperti (*Automatic Meter Reader*).

Automatic Meter Reader (AMR) adalah perangkat yang dapat mengukur dan mengirim data konsumsi energi seperti listrik, gas, dan air secara otomatis

tanpa memerlukan pencatatan manual. Dengan teknologi ini, perusahaan dapat:

- 1) Meningkatkan efisiensi penggunaan energi
Dengan data real-time, perusahaan dapat mengidentifikasi pola konsumsi yang tidak efisien dan mengambil tindakan untuk mengoptimalkan penggunaan energi.
- 2) Mengurangi biaya operasional
Sistem otomatis mengurangi kebutuhan tenaga kerja untuk pencatatan meteran secara manual, serta menghindari kesalahan pencatatan yang dapat menyebabkan pemborosan biaya.
- 3) Memantau dan mengontrol pemakaian secara akurat
Data yang dihasilkan dapat digunakan untuk mengontrol penggunaan energi sesuai dengan kebutuhan operasional dan menghindari penggunaan berlebihan.

Dengan strategi TS ini, PT KBI akan mampu menghadapi ancaman dari kompetitor serta

mempertahankan posisinya sebagai pemimpin industri baja di Indonesia. Perusahaan akan terus mengoptimalkan keunggulan yang dimiliki untuk memperkuat daya saing dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

Strategi *Threats* terhadap *Weakness* (TW) PT KBI

Strategi mengatasi *weakness* untuk menangkalkan *threats*

- a. Menggunakan sistem pemasaran berbasis data (*data-driven marketing*)
Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, penggunaan *Data-Driven Marketing* menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan mencapai target pasar dengan lebih tepat. Dengan memanfaatkan data sebagai dasar pengambilan keputusan, perusahaan dapat menciptakan kampanye pemasaran yang lebih personal, relevan, dan berdampak tinggi.
- b. Melakukan optimalisasi *Manufacturing Execution Systems* (MES) & EPMS fokus pada kepuasan pelanggan, seperti *Order Tracking*.
Dalam era industri modern yang semakin kompetitif, perusahaan manufaktur perlu memastikan bahwa setiap aspek operasional berjalan secara efisien dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. PT KBI dapat mengoptimalkan *Manufacturing Execution Systems* (MES) dan *Enterprise Performance Monitoring System* (EPMS) untuk meningkatkan transparansi, efisiensi, dan kualitas layanan, termasuk fitur seperti *Order Tracking*.
- c. Mengoptimalkan aset produksi dengan kolaborasi bersama induk perusahaan.
Mengingat aset produksi masih dimiliki oleh induk perusahaan, PT KBI dapat mengupayakan kerja sama strategis untuk mengoptimalkan penggunaan aset guna meningkatkan kapasitas produksi. Perusahaan juga dapat merancang strategi jangka panjang untuk memperoleh aset sendiri agar lebih mandiri dalam operasionalnya.
- d. Menyesuaikan strategi produk agar sesuai dengan preferensi pelanggan yang mengutamakan inovasi. PT KBI akan lebih fokus pada inovasi produk dan layanan guna menarik pelanggan yang cenderung memilih produk baja dengan nilai tambah. Dengan memahami kebutuhan pelanggan dan meningkatkan diferensiasi produk, perusahaan dapat tetap relevan dalam persaingan pasar.

Dengan strategi TW ini, PT KBI dapat mengatasi kelemahan internalnya dan meminimalkan dampak

ancaman dari kompetitor. Perusahaan akan terus beradaptasi dan meningkatkan daya saing guna mempertahankan posisinya di industri baja.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan menyusun rencana strategis dan melakukan pemetaan model bisnis PT Krakatau Baja Industri (PT KBI), berdasarkan hasil pemetaan SWOT. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa strategi yang dirumuskan mampu mendukung penguatan sistem Teknologi Informasi (TI) dan keberlanjutan bisnis perusahaan. Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas dan relevansi strategi yang telah dirumuskan berdasarkan hasil analisis SWOT dalam konteks peningkatan kapabilitas sistem Teknologi Informasi (TI) dan penguatan daya saing bisnis PT KBI.

a. Evaluasi Strategi *Strength–Opportunity* (SO)

Strategi SO sangat tepat untuk mempertahankan dan memperluas keunggulan kompetitif PT KBI. Pemanfaatan kekuatan internal seperti kualitas produk dan posisi sebagai market leader dioptimalkan melalui:

- 1) Pengembangan sistem CRM (*KRASmart Connect*) yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan secara signifikan dengan pendekatan berbasis data pelanggan.
- 2) *Corporate Website* interaktif menjadi channel komunikasi modern yang tidak hanya mendukung pemasaran, tetapi juga membangun citra digital perusahaan.
- 3) Budaya kerja kolaboratif yang diperkuat sejalan dengan tuntutan globalisasi dan digitalisasi, dapat meningkatkan produktivitas dan retensi SDM unggul.

Evaluasi menyimpulkan bahwa strategi SO ini sudah selaras dengan kebutuhan transformasi digital dan penguatan kapabilitas hubungan pelanggan dalam jangka panjang.

b. Evaluasi Strategi *Weakness–Opportunity* (WO)

Strategi WO diarahkan untuk mengatasi kelemahan internal PT KBI sekaligus merespon peluang eksternal melalui:

- 1) Peningkatan kompetensi SDM adalah langkah fundamental yang harus terus ditingkatkan, terutama dalam menghadapi perkembangan teknologi seperti *AI*, *IT governance*, dan *cybersecurity*.
- 2) Kemitraan strategis dalam sistem MES dan ERP memberikan peluang untuk mempercepat digitalisasi proses bisnis, yang

penting dalam mendukung efisiensi produksi dan transparansi operasional.

Evaluasi menunjukkan bahwa strategi WO ini relevan dan bersifat taktis, namun membutuhkan komitmen jangka panjang dan investasi SDM yang berkelanjutan agar dapat diimplementasikan secara optimal.

c. Evaluasi Strategi *Threats–Strengths (ST)*

Strategi ST menunjukkan respons proaktif terhadap ancaman eksternal dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki perusahaan, antara lain:

- 1) Pengembangan sistem pemasaran prediktif (*KRASMART Optima*) dapat membantu PT KBI bersaing dengan kompetitor yang lebih dahulu mengadopsi strategi berbasis data dan harga.
- 2) Implementasi *IoT (Automatic Meter Reader)* memberikan kontribusi pada efisiensi, keakuratan data produksi, dan pengambilan keputusan berbasis real-time.

Evaluasi menunjukkan bahwa strategi ST ini berorientasi pada inovasi teknologi dan dapat mendorong transformasi digital jika didukung oleh kesiapan infrastruktur dan dukungan manajemen.

d. Evaluasi Strategi *Weakness–Threats (WT)*

Strategi WT berfokus pada upaya mitigasi risiko internal sekaligus menanggapi tekanan kompetitif melalui:

- 1) Data-driven marketing sebagai pendekatan modern untuk memahami dan mempengaruhi perilaku pelanggan secara efektif.
- 2) Kolaborasi dengan induk perusahaan dan penguatan sistem MES & EPMS memungkinkan proses produksi menjadi lebih adaptif terhadap permintaan dan lebih responsif terhadap dinamika pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pemetaan SWOT yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa PT Krakatau Baja Industri (PT KBI) memiliki kekuatan utama berupa kualitas produk yang terpercaya, inovasi teknologi, budaya kerja yang solid, dan posisi sebagai market leader industri baja di Indonesia. Namun, perusahaan juga menghadapi kelemahan seperti keterbatasan diversifikasi produk, kompetensi SDM yang belum sepenuhnya relevan dengan perkembangan teknologi, serta optimalisasi aset yang masih terbatas. Peluang eksternal seperti perlindungan pemerintah terhadap industri baja nasional, pertumbuhan industri otomotif, dan permintaan ekspor dari luar negeri

menjadi potensi besar yang dapat dimanfaatkan. Di sisi lain, ancaman dari kompetitor inovatif dan perubahan preferensi pelanggan menuntut PT KBI untuk terus beradaptasi. Melalui penyusunan strategi TOWS, PT KBI telah memiliki arah yang jelas untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pengembangan CRM dan platform digital, mengoptimalkan penggunaan teknologi seperti IoT, *Predictive Analytics*, MES, dan ERP, meningkatkan kapasitas SDM dan kemitraan strategis, mengadopsi pendekatan pemasaran berbasis data (*data-driven marketing*). Pemetaan SWOT ini memberikan landasan strategis bagi PT KBI untuk memperkuat daya saing bisnis serta mempercepat transformasi digital di dalam perusahaan.

Agar hasil pemetaan SWOT dapat diimplementasikan secara efektif, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

1. Penguatan Infrastruktur TI
PT KBI perlu melakukan investasi berkelanjutan pada sistem CRM, ERP, MES, serta integrasi teknologi IoT untuk mendukung operasional yang lebih efisien dan berbasis data.
2. Peningkatan Kompetensi SDM
Program pelatihan intensif dalam bidang tata kelola TI, keamanan siber, dan teknologi baru seperti AI perlu diprioritaskan untuk memastikan kesiapan organisasi dalam mengadopsi sistem digital.
3. Pengembangan Strategi *Digital Marketing*
Meningkatkan kehadiran digital melalui *corporate website* yang interaktif dan penggunaan data-driven marketing akan memperluas pasar dan meningkatkan retensi pelanggan.
4. Kolaborasi dengan Induk dan Mitra Strategis
Untuk mengoptimalkan aset produksi dan kapabilitas TI, PT KBI perlu menjalin kerja sama lebih erat dengan induk perusahaan serta mitra teknologi untuk percepatan inovasi.
5. Monitoring dan Evaluasi Berkala
Pelaksanaan seluruh strategi perlu dipantau secara berkala menggunakan *Key Performance Indicators (KPI)* yang terukur, sehingga perusahaan dapat melakukan penyesuaian cepat terhadap perubahan pasar dan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- A. D Putri, T. S. (2023). Model Kolaboratif dalam Implementasi Sistem Informasi di Sektor

- Industri . *Jurnal Teknologi dan Bisnis*,
Volume 8 No.2 , 77–85.
- Anggraini, D. &. (2024). Perancangan Sistem Informasi Strategis dalam Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. *urnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Volumen 5 No.1*, 45–53.
- B. Wibowo & Y. Sutopo, Y. (2021). Keterlibatan Mitra dalam Pemetaan SWOT Program Pengabdian Masyarakat . *Jurnal Manajemen dan Pengabdian Volume 3 No. 1* , 25–33.
- Handayani, E. S. (2022). Analisis SWOT dalam Perencanaan Strategis Sistem TI Perusahaan . *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis Volume 10 No.1* , 40–50.
- Haryanto, A. S. (2019). Perencanaan Program Pengabdian Berbasis Kebutuhan Lapangan. *Jurnal Abdimas Kreatif Volume 3 No.2* , 102–110.
- Kusumawardani, S. N. (2019). Strategi Penyusunan Instrumen Pengumpulan Data dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat. *Jurnal Inovasi Sosial Volume 2 No.1*, 22–30.
- Miles, M. B. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook (2nd ed.)*. SAGE Publications.
- Muryanto, H. (2023). Pendekatan Partisipatif dalam Program Pengabdian kepada Masyarakat Studi Kasus di Sektor Industri. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Volume 7 No. 1* , 15–25.
- Nugroho, P. S. (2020). Refleksi Evaluatif dalam Program Pengabdian kepada Masyarakat: Strategi dan Praktik. *Jurnal Pengabdian Sosial Volume 6 No.1*, 88–96.
- T. Simatupang, R. H. (2020). Strategi Sistematis dalam Kegiatan Pengabdian Berbasis Riset Aplikatif . *Jurnal Pengabdian Ilmiah Volume 5 No.2* , 110–119.
- Wibowo, T. R. (2021). Implementasi Model Sistematis dalam Kegiatan Pengabdian Berbasis Riset Terapan. *Jurnal Abdimas Riset Volume 4 No.1*, 55–62.