

STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING PT BORNEO ALUMINA INDONESIA PADA BIDANG INDUSTRI ALUMINA REFINERY DI INDONESIA

Nurhaeni Sikki¹, Triandi Kuseno²,
Sandra Tiara Wijaya³,
Sebastiao Barreto De Carvalho Soares⁴,
Syarif Azwar Hidayat⁵, Yusuf Taliudin⁶,
Endi Sahrial⁷

¹²³⁴⁵⁶⁷Program Studi Magister Manajemen
Universitas Sangga Buana YPKP

Email: nurhaeni.sikki@usbykp.ac.id,
triandi.kuseno@gmail.com,
sandratiaraw@gmail.com, sebastiaobdcs68@gmail.com,
yusuf.taliudinturbin@gmail.com, azwarhidayat05@gmail.com,
endisahria@gmail.com.

Received: 2024-12-07. **Revised:** 2024-01-24. **Accepted:** 2025-01-26. **Issue Period:** Vol.9 No.1 (2025), Pp. 312-323

Abstrak: Industri pemurnian alumina di Indonesia menghadapi tantangan dan peluang global yang membutuhkan kerangka strategis untuk meningkatkan daya saing. Penelitian ini menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi PT Borneo Alumina Indonesia (BAI) menggunakan kerangka IFAS dan EFAS. Skor IFAS sebesar 2,81 mencerminkan kekuatan internal, seperti dukungan BUMN, teknologi modern, dan lokasi strategis, meskipun terdapat kelemahan seperti ketergantungan pada SDM lokal dan tingginya biaya operasional awal. Skor EFAS sebesar 3,32 menunjukkan peluang besar dari kebijakan pemerintah dan permintaan pasar global, yang lebih dominan dibanding ancaman seperti fluktuasi harga dan risiko geopolitik. Hasil analisis menempatkan PT BAI dalam Kuadran I matriks SWOT, merekomendasikan strategi pertumbuhan agresif melalui ekspansi pasar, diversifikasi produk, kolaborasi internasional, dan optimalisasi infrastruktur. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing PT BAI dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan dalam industri ini.

Kata Kunci: analisis SWOT, IFAS, EFAS, PT BAI, Strategi Daya Saing, Industri Alumina Refinery



DOI: 10.52362/jisamar.v9i1.1756

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

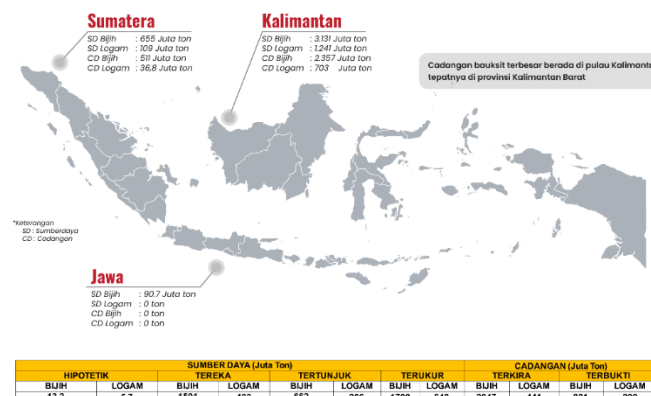
Abstract The alumina refinery industry in Indonesia faces global challenges and opportunities, necessitating a robust strategic framework to enhance competitiveness. This study analyzes the internal and external factors affecting PT Borneo Alumina Indonesia (BAI) using the IFAS and EFAS frameworks. An IFAS score of 2.81 highlights significant internal strengths, such as state-owned enterprise support, modern technology, and a strategic location, despite weaknesses like reliance on local human resources and high initial operational costs. An EFAS score of 3.32 underscores substantial opportunities from government policies and growing global market demand, outweighing threats such as price fluctuations and geopolitical risks. The analysis places PT BAI in Quadrant I of the SWOT matrix, recommending an aggressive growth strategy through market expansion, product diversification, international collaboration, and infrastructure optimization. This strategic approach is expected to enhance PT BAI's competitiveness and support sustainable growth in the alumina refining industry.

Keywords: SWOT analysis, IFAS, EFAS, PT BAI, competitiveness strategic, Alumina Refinery Industry.

I. PENDAHULUAN

Industri pemurnian alumina di Indonesia memiliki potensi strategis untuk mendorong hilirisasi mineral dan memberikan nilai tambah pada sumber daya bauksit yang melimpah. Sebagai satu-satunya alumina refinery milik negara, PT Borneo Alumina Indonesia (BAI) didirikan melalui kolaborasi antara PT Indonesia Asahan Aluminium (Inalum) dan PT Aneka Tambang Tbk (Antam). PT Inalum memiliki 60% kepemilikan saham di PT BAI, sedangkan 40% sisanya dimiliki oleh PT Antam. Perusahaan ini bertujuan untuk mengurangi ketergantungan Indonesia pada impor alumina, meningkatkan kemandirian industri, serta memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional.

Indonesia memiliki cadangan bauksit sebesar 4% dari total cadangan dunia, atau sekitar 511 juta ton cadangan bijih bauksit [1] Sebagian besar cadangan bauksit ini berada di Pulau Kalimantan, khususnya di Kalimantan Barat, yang menyimpan cadangan bauksit mencapai 2,357 juta ton bijih. Lokasi strategis ini memberikan keuntungan bagi PT BAI, yang berada dekat dengan sumber bahan baku utama serta memiliki akses mudah ke pelabuhan ekspor di kawasan tersebut.



Gambar 1.
Sumber Daya dan Cadangan Bauksit di Indonesia



DOI: 10.52362/jisamar.v9i1.1756

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Selain PT BAI, terdapat beberapa proyek investasi alumina refinery lain yang menjadi pesaing, baik yang sudah beroperasi maupun dalam tahap perencanaan. Saat ini, Alumina Refinery yang telah beroperasi di Indonesia mencakup PT Indonesia Chemical Alumina (ICA), PT Well Harvest Winning Alumina Refinery (WHW) dan PT Bintang Alumina Indonesia – Nanshan (BAI Nanshan). Proyek-proyek baru juga sedang dalam tahap pengembangan untuk memperkuat kapasitas nasional, dengan target kapasitas output mencapai lebih dari 10 juta ton alumina pada tahun 2027.

Pada penelitian [2] menunjukkan bahwa Kebijakan hilirisasi mineral berdampak signifikan pada perekonomian Indonesia dengan meningkatkan ekspor, cadangan devisa, dan daya saing global melalui produk bernilai tambah tinggi. Kebijakan ini juga mendorong inovasi teknologi, keberlanjutan sumber daya, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kontribusi tambang terhadap pendapatan negara. Secara keseluruhan, hilirisasi mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan memperkuat posisi strategis Indonesia di industri global.

[3]menekankan pentingnya analisis SWOT dalam memetakan langkah strategis berdasarkan kekuatan dan peluang yang tersedia, serta mitigasi kelemahan dan ancaman. Dalam konteks ini, penelitian ini mengevaluasi faktor-faktor strategis yang relevan dengan PT BAI melalui pendekatan deskriptif kualitatif, untuk mengidentifikasi posisi strategis perusahaan serta strategi peningkatan daya saing di pasar domestik dan internasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman PT BAI, mengevaluasi posisi strategis perusahaan menggunakan analisis SWOT, dan merumuskan strategi yang relevan untuk meningkatkan daya saing PT BAI di sektor pemurnian alumina.

Manajemen Strategis

Manajemen strategis merupakan proses yang melibatkan perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan strategis untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Proses ini membantu organisasi memahami lingkungan internal dan eksternal guna menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Menurut [4], manajemen strategis adalah ilmu dalam merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi keputusan lintas-fungsional untuk mencapai tujuan organisasi. Sebagaimana diungkapkan [5] manajemen strategis melibatkan perumusan strategi, pelaksanaan, serta evaluasi keputusan guna memastikan pencapaian tujuan di masa depan. Komponen utama manajemen strategis mencakup perumusan strategi, pelaksanaan, serta evaluasi dan pengendalian. Salah satu alat penting dalam perumusan strategi adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), yang membantu organisasi mengidentifikasi faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman . Kekuatan mencerminkan keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan, sementara kelemahan menunjukkan keterbatasan yang perlu diatasi. Peluang adalah kondisi eksternal yang menguntungkan, sedangkan ancaman adalah tantangan eksternal yang dapat menghambat tujuan organisasi. Proses pengambilan keputusan strategis mencakup pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan organisasi, yang didukung oleh analisis situasi seperti SWOT untuk merumuskan langkah strategis yang efektif. Dengan pendekatan ini, organisasi dapat merancang dan mengimplementasikan strategi yang mendukung keberhasilan dan keberlanjutan operasional.

Daya Saing

Potler mengidentifikasi empat atribut utama yang menentukan keunggulan kompetitif suatu negara, yang dikenal sebagai Porter's Diamond of National Advantage. Empat determinan tersebut meliputi:[6]

1. Kondisi Faktor (*Factor Conditions*)
Mengacu pada posisi suatu negara dalam hal faktor-faktor produksi, seperti tenaga kerja terampil, infrastruktur, dan sumber daya lainnya yang mendukung daya saing industri tertentu.
2. Kondisi Permintaan (*Demand Conditions*)



DOI: 10.52362/jisamar.v9i1.1756

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Merujuk pada karakteristik permintaan lokal yang mendorong pengembangan produk atau layanan spesifik.

3. Industri Terkait dan Pendukung (*Related and Supporting Industries*)
Menggambarkan keberadaan atau absennya industri pendukung dan pemasok yang kompetitif secara internasional.
4. Strategi, Struktur, dan Persaingan Perusahaan (*Firm Strategy, Structure, and Rivalry*)
Mencakup cara perusahaan didirikan, dioperasikan, dikelola, serta tingkat persaingan domestik.

Keempat elemen ini berfungsi baik secara individu maupun kolektif sebagai kerangka yang mendukung pendirian perusahaan dan menciptakan persaingan dalam industri. Atribut-atribut ini menentukan tiga hal utama: (i) keberadaan sumber daya dan keahlian yang diperlukan untuk membangun keunggulan kompetitif, (ii) informasi yang memengaruhi pengambilan keputusan dan alokasi sumber daya, serta (iii) sasaran manajemen dan tenaga kerja yang berkontribusi pada inovasi dan investasi berkelanjutan.

Porter juga menegaskan bahwa keunggulan kompetitif suatu industri dalam suatu negara akan tercapai jika basis nasionalnya memenuhi beberapa kondisi:

1. Memfasilitasi akumulasi aset-aset khusus secara cepat.
2. Memberikan pasokan informasi dan pengetahuan baru yang relevan dengan kebutuhan produk dan proses.
3. Menanamkan komitmen investasi jangka panjang di kalangan manajer, pemilik, dan tenaga kerja.
4. Menciptakan lingkungan yang dinamis, penuh tantangan, dan mendorong inovasi, sehingga perusahaan terus meningkatkan dan memperluas keunggulannya.

Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk menyelaraskan kekuatan dan kelemahan internal dengan peluang dan ancaman eksternal. Empat strategi utama yang dapat dihasilkan adalah:

1. Strategi SO (Strength-Opportunity) untuk memanfaatkan kekuatan dalam mengeksplorasi peluang
 2. Strategi WO (Weakness-Opportunity) untuk mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang
 3. Strategi ST (Strength-Threat) untuk menggunakan kekuatan guna menghadapi ancaman
 4. Strategi WT (Weakness-Threat) untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.
- Matriks ini membantu perusahaan merancang strategi yang adaptif terhadap kondisi pasar.

		IFAS	
EFAS	SWOT Matriks	Strengths (S)	Weakness (W)
		Tentukan 5-10 faktor untuk kekuatan internal.	Tentukan 5-10 faktor untuk kelemahan internal.
	Opportunities (O)	STRATEGI SO (Strengths-Opportunities)	STRATEGI WO (Weaknesses-Opportunities)
	Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal.	Menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal.	Meminimalkan kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.
	Threats (T)	STRATEGI ST (Strengths-Threats)	STRATEGI WT (Weaknesses-Threats)
	Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal.	Menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal.	Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman untuk mengurangi risiko.

Gambar 2.
Matriks SWOT

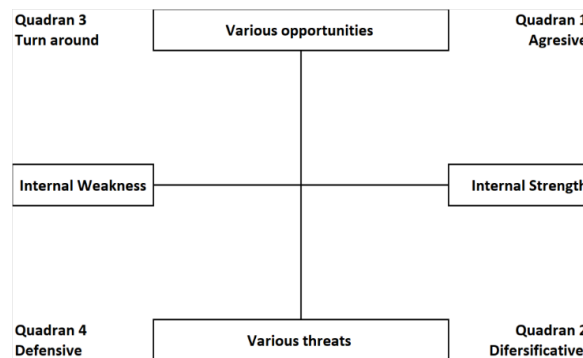
Posisi Kompetitif Perusahaan

Tujuan dari strategi kompetitif bagi suatu unit bisnis adalah untuk menemukan posisi terbaik dalam industri tersebut, di mana perusahaan dapat melindungi dirinya dari tekanan (kekuatan) persaingan atau bahkan dapat secara positif mempengaruhi tekanan-tekanan tersebut. Diagram SWOT akan memberikan gambaran posisi perusahaan saat ini, dengan melihat posisinya pada kuadran diagram SWOT seperti berikut:



DOI: 10.52362/jisamar.v9i1.1756

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Gambar 3. Diagram SWOT

Kuadran 1

Merupakan situasi yang sangat menguntungkan, di mana perusahaan memiliki kekuatan dan peluang untuk dimanfaatkan secara maksimal. Strategi yang direkomendasikan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif dengan berfokus pada ekspansi dan pengembangan.

Kuadran 2

Meskipun terdapat ancaman eksternal, perusahaan memiliki kekuatan internal yang dapat diandalkan. Strategi yang perlu diterapkan adalah memanfaatkan kekuatan tersebut untuk mengambil peluang jangka panjang melalui diversifikasi produk atau layanan.

Kuadran 3

Perusahaan dihadapkan pada peluang pasar yang besar, namun masih memiliki kelemahan internal yang perlu diperbaiki. Prioritas strategi adalah mengatasi kendala internal agar dapat memanfaatkan peluang pasar secara lebih optimal.

Kuadran 4

Merupakan situasi yang paling tidak menguntungkan, di mana perusahaan menghadapi kombinasi ancaman eksternal dan kelemahan internal yang signifikan.

Peran E-Bisnis

E-bisnis memiliki peran signifikan dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing perusahaan. Dalam konteks PT BAI, penerapan e-bisnis dapat mencakup pengembangan platform digital untuk manajemen rantai pasok, pemanfaatan teknologi berbasis cloud untuk kolaborasi internal dan eksternal, serta integrasi sistem analitik data untuk memprediksi permintaan pasar. Strategi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memperluas akses pasar internasional, sehingga memperkuat posisi kompetitif perusahaan dalam industri alumina. [7] menyatakan bahwa e-bisnis memungkinkan pengintegrasian teknologi digital untuk mempercepat proses bisnis, meningkatkan koordinasi rantai pasok, dan memperluas akses pasar. Dalam konteks PT BAI, penerapan e-bisnis dapat mendukung transformasi digital, mengoptimalkan efisiensi logistik, dan meningkatkan daya saing global melalui inovasi teknologi.

II. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan manajemen PT BAI, sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan industri, kebijakan pemerintah, dan literatur akademik. Dimensi pada analisis SWOT diadaptasi dari Rangkuti dan selanjutnya



DOI: 10.52362/jisamar.v9i1.1756

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

metode analisis melibatkan penyusunan tabel IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary) untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis, serta penggunaan matriks SWOT untuk merumuskan strategi yang relevan.

Proposisi dalam Penelitian Kualitatif

Pernyataan dalam penelitian kualitatif mengenai setiap variabel dimaksudkan untuk memahami variabel dan indikator apa saja yang digunakan dalam penelitian ini, menurut Rangkuti antara lain:

Tabel 1.
Proposisi dalam Penelitian Kualitatif

Dimensi	Variabel	Indikator	No. Item
Kekuatan (Strengths) adalah kompetensi khusus yang dimiliki oleh perusahaan dan memberikan keunggulan kompetitif (komparatif) di pasar.	Dukungan BUMN	Jumlah investasi finansial yang diberikan oleh BUMN	1
	Satu-satunya Alumina Refinery milik Negara	Persentase kebutuhan nasional alumina yang dapat dipenuhi	2
	Lokasi Strategis	Kedekatan lokasi dengan pelabuhan ekspor utama	3
	Teknologi Modern	Tingkat efisiensi energi dari teknologi yang digunakan	4
	Kapasitas Produksi Besar	Volume produksi tahunan maksimal yang dirancang	5
Kelemahan (Weaknesses) adalah kekurangan atau batasan yang dapat mempengaruhi kinerja dan kondisi perusahaan dalam menghadapi persaingan.	Ketergantungan pada Teknologi Asing	Proporsi peralatan teknologi yang berasal dari luar negeri	6
	Keterbatasan SDM Lokal	Jumlah tenaga ahli lokal yang tersedia di bidang pemurnian alumina	7
	Kurangnya Diversifikasi Produk	Jumlah varian produk yang dihasilkan	8
	Keterbatasan Infrastruktur	Waktu rata-rata distribusi dari pabrik ke Pelabuhan	9
	Tingginya Biaya Operasional Awal	Rasio biaya operasional terhadap pendapatan awal	10
Peluang (Opportunities) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan korporat atau kesempatan yang memberikan keunggulan dalam bersaing untuk unit bisnis.	Kebijakan Hilirisasi	Jumlah insentif fiskal yang diberikan untuk proyek hilirisasi	11
	Pasar Global yang Tumbuh	Tingkat pertumbuhan permintaan alumina di pasar Asia Pasifik	12
	Kerja Sama Internasional	Jumlah mitra asing yang menjalin kolaborasi strategis	13
	Perkembangan Infrastruktur	Jumlah proyek infrastruktur baru yang mendukung distribusi	14
	Potensi Diversifikasi Pasar	Permintaan terhadap produk hilir berbasis alumina	15
Ancaman (Threats) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam	Persaingan Global	Harga rata-rata alumina yang ditawarkan oleh pesaing internasional	16
	Fluktuasi Harga Global	Variabilitas harga alumina di pasar internasional dalam satu tahun	17



DOI: 10.52362/jisamar.v9i1.1756

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

lingkungan korporat dan dapat memengaruhi kondisi perusahaan seperti peraturan baru, arus masuk pesaing lain, dan sebagainya.

Ketergantungan pada Pasar Ekspor	Proporsi total ekspor terhadap keseluruhan penjualan	18
Gangguan Geopolitik	Jumlah wilayah ekspor yang terkena dampak konflik geopolitik	19
Regulasi Lingkungan	Jumlah peraturan lingkungan yang harus dipatuhi oleh perusahaan dalam proses produksi	20

Penentuan Matriks IFAS (Internal Strategic Analysis Summary) dan EFAS (External Strategic Analysis Summary)

Langkah ketiga dalam analisis ini adalah menentukan matriks IFAS, yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal perusahaan, dan matriks EFAS, yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kekuatan (Strengths)

1. Dukungan BUMN, kolaborasi dengan Inalum dan Antam memberikan PT BAI akses ke sumber daya finansial, teknis, dan logistik yang kuat.
2. Satu-satunya Alumina Refinery Milik Negara, posisi unik ini memungkinkan PT BAI memprioritaskan kebutuhan nasional dan stabilisasi pasokan alumina.
3. Lokasi Strategis, refinery PT BAI berlokasi dekat sumber bahan baku bauksit dan pelabuhan ekspor di Kalimantan Barat.
4. Teknologi Modern, PT BAI menggunakan teknologi canggih untuk memastikan efisiensi operasional dan kualitas produk.
5. Kapasitas Produksi Besar, kapasitas produksi 1 juta ton per tahun memungkinkan PT BAI memenuhi kebutuhan domestik dan ekspor.

Kelemahan (Weaknesses)

1. Ketergantungan pada Teknologi Asing, penggunaan teknologi asing menciptakan risiko ketergantungan jangka panjang.
2. Tingginya Biaya Operasional Awal, sebagai perusahaan baru, PT BAI menghadapi tantangan biaya investasi yang tinggi.
3. Keterbatasan SDM Lokal, kurangnya tenaga kerja lokal yang terampil di bidang alumina refinery menjadi tantangan signifikan.
4. Kurangnya Diversifikasi Produk, PT BAI saat ini masih fokus pada produk tunggal, sehingga rentan terhadap fluktuasi pasar.
5. Keterbatasan Infrastruktur Pendukung, keterbatasan infrastruktur di sekitar lokasi produksi dapat menghambat efisiensi distribusi.



DOI: 10.52362/jisamar.v9i1.1756

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Peluang (Opportunities)

1. Kebijakan Hilirisasi, dukungan pemerintah terhadap hilirisasi mineral memberikan insentif fiskal yang signifikan.
2. Pasar Global yang Tumbuh, permintaan alumina di kawasan Asia Pasifik terus meningkat.
3. Kerja Sama Internasional, kemitraan strategis dengan perusahaan global membuka peluang transfer teknologi.
4. Perkembangan Infrastruktur, peningkatan infrastruktur transportasi mendukung distribusi produk secara efisien.
5. Potensi Diversifikasi Pasar, peluang ekspansi ke pasar-pasar baru yang belum tergarap secara optimal.

Ancaman (Threats)

1. Persaingan Global, produsen besar seperti Australia dan China memiliki kapasitas produksi yang lebih efisien.
2. Fluktuasi Harga Global, ketidakstabilan harga alumina dapat memengaruhi profitabilitas.
3. Ketergantungan pada Pasar Ekspor, ketergantungan tinggi pada pasar ekspor membuat perusahaan rentan terhadap perubahan kebijakan perdagangan.
4. Gangguan Geopolitik, ketegangan geopolitik global dapat menghambat akses ke pasar internasional.
5. Regulasi Lingkungan, ketatnya regulasi lingkungan meningkatkan kompleksitas operasional.

Matriks SWOT dan Perhitungan IFAS/EFAS

Tabel 2. Hasil IFAS (Internal Factors Analysis Summary)

Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Skor Tertimbang
STRENGTH			
Dukungan BUMN	0.15	4	0.6
Satu-satunya Alumina Refinery milik Negara	0.1	4	0.4
Lokasi Strategis	0.1	3.5	0.35
Teknologi Modern	0.1	3.5	0.35
Kapasitas Produksi Besar	0.1	3.5	0.35
TOTAL STRENGTH	0.55		2.05
WEAKNESS			
Ketergantungan pada Teknologi	0.1	2	0.2
Keterbatasan SDM Lokal	0.1	2	0.2
Kurangnya Diversifikasi Produk	0.05	2	0.1
Keterbatasan Infrastruktur	0.05	2.5	0.13
Tingginya Biaya Operasional Awal	0.05	2.5	0.13
TOTAL WEAKNESS	0.35		0.76



DOI: 10.52362/jisamar.v9i1.1756

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

TOTAL IFAS

0.90

2.81

Tabel 3. Hasil EFAS (External Factors Analysis Summary)

Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Skor Tertimbang
OPPORTUNITIES			
Kebijakan Hilirisasi	0.2	4	0.8
Pasar Global yang Tumbuh	0.15	3.5	0.53
Kerja Sama Internasional	0.15	3.5	0.53
Perkembangan Infrastruktur	0.1	3.5	0.35
Potensi Diversifikasi Pasar	0.1	3	0.3
TOTAL OPPORTUNITIES	0.70		2.51
THREAT			
Persaingan Global	0.1	2.5	0.25
Fluktuasi Harga Global	0.1	2	0.2
Ketergantungan pada Pasar Ekspor	0.05	2.5	0.13
Gangguan Geopolitik	0.05	2	0.1
Regulasi Lingkungan	0.05	2.5	0.13
TOTAL THREAT	0.35		0.81
TOTAL EFAS	1.05		3.32

Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS yang terlampir, skor IFAS diperoleh sebesar 2.81 dan skor EFAS sebesar 3.32. Dalam analisis IFAS, faktor kekuatan (Strength) memiliki skor sebesar 2.05, sementara faktor kelemahan (Weakness) memiliki skor sebesar 0.76. Di sisi lain, dalam analisis EFAS, faktor peluang (Opportunities) memiliki skor sebesar 2.51, dan faktor ancaman (Threats) memiliki skor sebesar 0.81.

1. Skor Total IFAS (2.81)

Skor ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang signifikan untuk menghadapi peluang maupun ancaman yang ada, karena nilai skor rata-rata IFAS adalah 2.00. Dengan demikian, PT BAI berada pada posisi yang cukup kuat secara internal.

2. Skor Total EFAS (3.32)

Skor ini menunjukkan bahwa perusahaan sangat responsif terhadap peluang dan ancaman eksternal yang dihadapinya. Nilai ini lebih tinggi dibandingkan rata-rata skor EFAS (2.00), yang mengindikasikan PT BAI memiliki strategi eksternal yang sangat baik untuk memanfaatkan peluang dan mengurangi dampak ancaman.

Untuk menentukan posisi PT BAI dalam koordinat kuadran SWOT, dapat dilakukan dengan menghitung selisih dari total faktor kekuatan (Strength) dengan total faktor kelemahan (Weakness). Kemudian dihitung pula selisih dari total skor peluang (Opportunities) dengan total skor ancaman (Threat) sebagai berikut:



DOI: 10.52362/jisamar.v9i1.1756

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

IFAS = Total Skor Strength – Total Skor Weakness

= 2.05 – 0.76

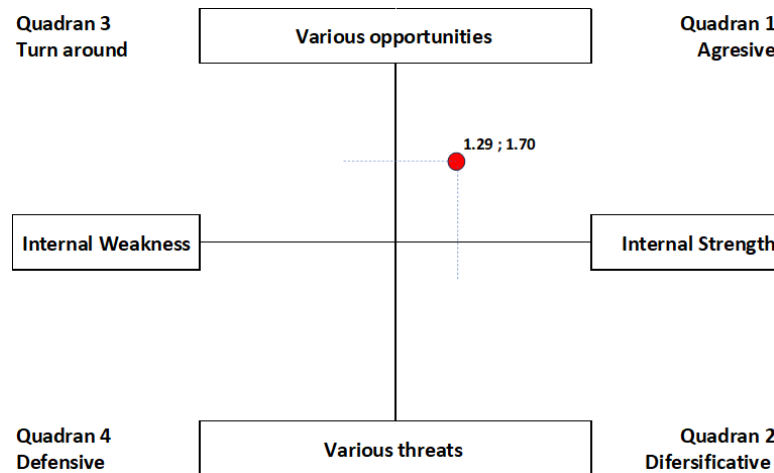
= 1.29

EFAS = Total Skor Opportunities – Total Skor Threats

= 2.51 – 0.81

= 1.70

Hasil dari perhitungan semua faktor ini dapat digambarkan dalam kuadran SWOT sebagai berikut:



Gambar 4. Posisi Kuadran SWOT PT BAI

Berdasarkan posisi PT BAI dalam kuadran SWOT pada koordinat (1.29; 1.70), yang menunjukkan Kuadran 1 (Agresif), perusahaan berada pada posisi strategis yang sangat baik untuk memanfaatkan kekuatan internalnya dan menangkap peluang eksternal yang tersedia. Kuadran ini mengindikasikan bahwa PT BAI memiliki keunggulan internal yang signifikan serta responsivitas tinggi terhadap dinamika eksternal, sehingga cocok untuk menerapkan strategi pertumbuhan dan ekspansi agresif.

Strategi utama yang dapat diambil oleh PT BAI adalah ekspansi pasar, baik di tingkat domestik maupun internasional. PT BAI dapat fokus pada ekspansi pasar domestik dan internasional, didukung oleh BUMN, lokasi strategis, kapasitas produksi besar, dan efisiensi teknologi modern. Diversifikasi produk berbasis teknologi dapat memperluas portofolio, memenuhi kebutuhan pasar yang beragam, serta mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk. Pengembangan aliansi strategis nasional dan internasional akan memperkuat posisi global perusahaan dan mendukung kebijakan hilirisasi. Optimalisasi infrastruktur dan peningkatan kualitas SDM juga penting untuk mengatasi kelemahan internal. Menghadapi tantangan seperti fluktuasi harga dan regulasi lingkungan, PT BAI perlu menerapkan inovasi berkelanjutan melalui investasi R&D dan strategi mitigasi risiko. Dengan strategi agresif yang berfokus pada pertumbuhan, inovasi, dan ekspansi, PT BAI memiliki peluang besar untuk menjadi pemimpin industri yang kompetitif dan berkelanjutan.

Strategi Alternatif Berdasarkan Matriks SWOT

1. Strategi SO (Strength-Opportunity):



DOI: 10.52362/jisamar.v9i1.1756

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

- Memanfaatkan kolaborasi dengan BUMN untuk memperluas jaringan distribusi dan pangsa pasar internasional.
 - Menggunakan teknologi modern untuk mendiversifikasi produk berbasis alumina, seperti bahan untuk industri keramik dan elektronik.
 - Menjalinkan kemitraan strategis dengan perusahaan global untuk mempercepat transfer teknologi dan inovasi.
2. Strategi WO (Weakness-Opportunity):
- Mengembangkan pelatihan dan pendidikan khusus bagi tenaga kerja lokal untuk mengatasi keterbatasan SDM.
 - Meningkatkan investasi dalam infrastruktur pendukung untuk memperbaiki efisiensi distribusi.
 - Mengadopsi teknologi produksi berbasis lokal untuk mengurangi ketergantungan pada teknologi asing.
3. Strategi ST (Strength-Threat):
- Mengembangkan hubungan strategis dengan negara-negara mitra dagang untuk mengurangi risiko gangguan geopolitik.
 - Mengoptimalkan kapasitas produksi untuk bersaing dalam pasar global dengan biaya yang lebih kompetitif.
 - Mengimplementasikan teknologi ramah lingkungan untuk mematuhi regulasi lingkungan internasional.
4. Strategi WT (Weakness-Threat):
- Mengimplementasikan sistem manajemen risiko untuk memitigasi dampak fluktuasi harga global.
 - Menggalang kerja sama dengan pemerintah untuk mendapatkan insentif fiskal tambahan dalam pengembangan infrastruktur dan teknologi.
 - Mempercepat pengembangan produk diversifikasi untuk mengurangi ketergantungan pada pasar tunggal.

IV. KESIMPULAN

PT Borneo Alumina Indonesia memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing global melalui optimalisasi kekuatan internal dan peluang eksternal. Sebagai satu-satunya alumina refinery milik negara, PT BAI berada dalam posisi strategis untuk mendukung hilirisasi mineral di Indonesia. Namun, kelemahan operasional dan ancaman eksternal harus ditangani secara strategis untuk memastikan keberlanjutan perusahaan.

Rekomendasi penelitian ini untuk PT BAI dalam meningkatkan daya saing di industri pemurnian alumina meliputi beberapa langkah strategis. Pertama, perusahaan perlu mempercepat pengembangan infrastruktur pendukung di sekitar fasilitas produksi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Kedua, diversifikasi produk harus dilakukan guna mengurangi ketergantungan pada satu jenis pasar dan meningkatkan fleksibilitas menghadapi dinamika permintaan. Ketiga, implementasi transformasi digital melalui adopsi e-bisnis menjadi langkah penting untuk meningkatkan efisiensi serta memperluas akses pasar. Keempat, PT BAI juga disarankan mengembangkan program pelatihan tenaga kerja lokal guna meningkatkan kapabilitas sumber daya manusia yang tersedia. Terakhir, perusahaan perlu membangun strategi mitigasi risiko yang efektif untuk menghadapi tantangan fluktuasi harga global dan gangguan geopolitik yang dapat memengaruhi keberlanjutan bisnis.



DOI: 10.52362/jisamar.v9i1.1756

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral. (2020). *Peluang Investasi bauksit Indonesia*.
<https://www.esdm.go.id/id/booklet/booklet-tambang-bauksit-2020>
- [2] Wau, F. T., Kiton, M. A., Wau, M., & Fau, J. F. (2024). ANALISIS STRATEGIS KEBIJAKAN HILIRISASI MINERAL: Implikasi Ekonomi dan Pengaruhnya terhadap Perekonomian Indonesia. *Journal Publicuho*, 7(3), 1215–1224. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i3.481>
- [3] Rangkuti, F. (1998). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
<https://books.google.co.id/books?id=UHV8Z2SE57EC>
- [4] Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy : techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- [5] Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action*. Gramedia Pustaka Utama.
<https://books.google.co.id/books?id=i1jGIZWnAgwC>
- [6] Djogo, O. (2022). *Manajemen Strategis*. Lekkass.
- [7] Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2004). *Management information systems: Managing the digital firm*. Pearson Educación.



DOI: 10.52362/jisamar.v9i1.1756

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).