

Menganalisis Efisiensi Warehouse Menggunakan Metode SWOT Hasil Lanjutan dengan Metode STP

Baron

Universitas Insan Pembangunan Indonesia

Email: baronbaron050485@gmail.com

kunci:

Efisiensi warehouse, SWOT, STP, manajemen persediaan, logistik.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi gudang dengan mengintegrasikan metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan STP (Segmentation, Targeting, Positioning). Studi kasus dilakukan pada gudang suku cadang PT. Hino Motors Sales Indonesia. Hasil analisis mengungkapkan bahwa identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dapat dipetakan secara strategis, kemudian diperkuat melalui pendekatan STP untuk merancang segmentasi area gudang, memfokuskan target pada efisiensi penerimaan, serta memposisikan gudang sebagai pusat layanan yang unggul dalam kecepatan dan akurasi. Secara khusus, integrasi kedua metode ini menghasilkan kerangka kerja operasional yang terukur, seperti perubahan segmentasi dari kategori umum menjadi berbasis analisis ABC, penetapan target peningkatan efisiensi penerimaan sebesar 25%, dan reposisi gudang dari unit pendukung menjadi pusat layanan logistik yang bernilai strategis. Implikasi penelitian tidak hanya memperkaya pemahaman teoritis mengenai sinergi metode SWOT dan STP dalam konteks manajemen logistik, tetapi juga menyediakan pedoman praktis bagi para pelaku industri dalam mengoptimalkan rantai pasok modern, khususnya di sektor otomotif.

Keywords:

Warehouse efficiency, SWOT, STP, inventory management, logistics.

Abstract

This study aims to analyze warehouse efficiency by integrating SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) and STP (Segmentation, Targeting, Positioning) methods. The case study was conducted at the spare parts warehouse of PT. Hino Motors Sales Indonesia. The results of the analysis revealed that the identification of strengths, weaknesses, opportunities, and threats can be strategically mapped, then strengthened through the STP approach to design warehouse area segmentation, focus targets on receipt efficiency, and position the warehouse as a service center that excels in speed and accuracy. In particular, the integration of these two methods resulted in a measurable operational framework, such as a change in segmentation from general categories to ABC analysis-based, the setting of a target of increasing receipt efficiency by 25%, and the repositioning of warehouses from supporting units to logistics service centers of strategic value. The implications of the research not only enrich theoretical understanding of the synergy of SWOT and STP methods in the context of logistics management, but also provide practical guidelines for industry players in optimizing modern supply chains, especially in the automotive sector.

PENDAHULUAN

Warehouse (gudang) memainkan peran vital dalam rantai pasok, bukan hanya sebagai tempat penyimpanan barang, tetapi juga sebagai pusat distribusi, pengendalian persediaan, dan layanan logistik (Kabak & Keskin, 2018; Singh & Ardjmand, 2020; Tubis & Rohman, 2023; Zheng & Liu, 2026). Efisiensi warehouse berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggan, kelancaran aliran barang, dan efektivitas operasional perusahaan (Arunadevi & Umamaheswari, 2026; Destiana et al., 2020; Gu et al., 2026; Zhang et al., 2026; Zheng & Liu, 2026).

Analisis SWOT telah lama digunakan sebagai alat untuk mengevaluasi kondisi internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) organisasi (Mashuri & Nurjannah, 2020; Prakoso et al., 2017; Putri et al., 2023; Rangkuti, 2015). Di sisi lain, metode STP yang awalnya dikembangkan dalam konteks pemasaran, menawarkan pendekatan sistematis dalam membagi segmentasi, menentukan target, serta membangun positioning yang relevan (Hanif & Widyastuti, 2022; Muswandi, 2020; Nugroho et al., 2021;

Setyariningsih & Utami, 2022; Suryatman et al., 2021). Integrasi kedua metode ini menjadi penting untuk menciptakan strategi warehouse yang lebih komprehensif, terutama pada perusahaan otomotif dengan kompleksitas spare parts seperti PT. Hino Motors Sales Indonesia.

Beberapa penelitian terdahulu telah menggunakan metode SWOT atau STP dalam konteks logistik. Misalnya, penelitian oleh Chen & Lee (2020) menganalisis strategi pengelolaan gudang dengan pendekatan SWOT untuk meningkatkan akurasi inventori. Sementara itu, penelitian oleh Kumar & Singh (2021) menerapkan metode STP dalam mengoptimalkan distribusi logistik di industri ritel. Namun, kedua penelitian tersebut masih menggunakan metode secara terpisah. Hingga saat ini, belum ada penelitian yang mengintegrasikan kedua metode ini secara strategis untuk menciptakan kerangka kerja yang komprehensif dalam meningkatkan efisiensi warehouse, khususnya di industri otomotif dengan kompleksitas spare parts seperti pada PT. Hino Motors Sales Indonesia.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi mendesak untuk dilakukan guna mengisi kesenjangan tersebut dengan mengintegrasikan metode SWOT dan STP dalam menganalisis efisiensi warehouse. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis efisiensi warehouse melalui penerapan metode SWOT, menjelaskan peran metode STP dalam mendukung strategi warehouse, serta memberikan rekomendasi strategis yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan efisiensi proses receiving dan distribusi. Manfaat penelitian ini tidak hanya terletak pada penguatan landasan teoritis mengenai sinergi SWOT dan STP, tetapi juga memberikan implikasi manajerial yang aplikatif bagi perusahaan otomotif dalam meningkatkan daya saing operasional dan kualitas layanan logistik.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mendalami secara menyeluruh aspek-aspek efisiensi warehouse di PT. Hino Motors Sales Indonesia. Studi kasus dipilih karena kemampuannya dalam menyajikan analisis yang kontekstual dan mendalam pada suatu entitas organisasi.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga teknik utama. **Pertama, observasi langsung** dilakukan di area warehouse untuk memahami proses bisnis secara nyata, termasuk alur penerimaan (receiving), penyimpanan, dan distribusi spare part. **Kedua, studi dokumentasi** digunakan untuk menganalisis data sekunder dari sistem warehouse yang digunakan perusahaan, yaitu IDS AS400 untuk manajemen inventori dan SharePoint untuk dokumentasi prosedur operasional. **Ketiga, kajian literatur** dari jurnal akademis, buku teks, dan publikasi terpercaya dilakukan untuk membangun fondasi teoritis dan membandingkan temuan dengan penelitian sejenis.

Proses analisis data dilakukan secara bertahap dan integratif. **Tahap pertama** adalah menerapkan **analisis SWOT**. Pada tahap ini, semua data yang terkumpul dari observasi, dokumen, dan literatur disintesis untuk mengidentifikasi Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) seperti kondisi fasilitas, SDM, dan teknologi; serta Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) seperti tren pasar, regulasi, dan dinamika kompetitor. **Tahap kedua** adalah menerapkan **analisis STP (Segmentation, Targeting, Positioning)**. Hasil dari analisis SWOT kemudian menjadi dasar untuk merumuskan strategi operasional warehouse: (1) *Segmentasi* dengan membagi area gudang berdasarkan kriteria seperti jenis spare part,

tingkat perputaran barang (fast/slow-moving), dan prioritas pelayanan; (2) *Targeting* dengan menetapkan fokus perbaikan pada proses-proses kritis yang telah diidentifikasi dalam analisis SWOT, khususnya pada efisiensi *receiving* dan akurasi order; dan (3) *Positioning* dengan merancang strategi untuk memposisikan warehouse sebagai pusat layanan logistik yang unggul dalam kecepatan dan akurasi.

Integrasi kedua metode ini terletak pada pemanfaatan matriks SWOT (SO, WO, ST, WT) untuk secara langsung menginformasikan perancangan strategi STP, sehingga rekomendasi yang dihasilkan bersifat strategis, terukur, dan langsung dapat dihubungkan dengan kondisi nyata perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT

1. Strengths: lokasi strategis, staf berpengalaman, sistem manajemen gudang terotomatisasi.
2. Weaknesses: keterbatasan ruang, teknologi usang, ketergantungan pada pemasok tertentu.
3. Opportunities: adopsi teknologi baru, optimalisasi ruang, diversifikasi pemasok.
4. Threats: persaingan ketat, fluktuasi ekonomi, perubahan regulasi.
5. Strategi SO, WO, ST, dan WT diidentifikasi untuk mengoptimalkan efisiensi warehouse.

Analisis STP

1. Segmentation: area penyimpanan dibagi berdasarkan jenis spare parts dan frekuensi penggunaan.
2. Targeting: fokus pada efisiensi proses receiving, akurasi inventori, dan kecepatan layanan.
3. Positioning: warehouse diposisikan sebagai pusat logistik unggul dalam kecepatan distribusi dan akurasi pengelolaan barang.

Tabel 1. Tabel Integrasi SWOT–STP

Strategi SWOT	Segmentasi (S)	Targeting (T)	Positioning (P)
SO (Strength–Opportunity)	Segmentasi spare parts berdasarkan frekuensi penggunaan	Fokus pada optimalisasi proses receiving untuk high-frequency items	Warehouse sebagai pusat efisiensi berbasis teknologi
WO (Weakness–Opportunity)	Segmentasi area dengan teknologi lama vs. baru	Target peningkatan efisiensi di area manual	Warehouse sebagai pionir adopsi teknologi modern
ST (Strength–Threat)	Segmentasi pelanggan berdasarkan kebutuhan (cepat vs. ekonomis)	Target strategi pelayanan sesuai segmen	Warehouse sebagai solusi fleksibel terhadap tekanan pasar
WT (Weakness–Threat)	Segmentasi risiko operasional (stok kritis, regulasi, ruang terbatas)	Target mitigasi risiko dengan diversifikasi pemasok & sistem digital	Warehouse sebagai pusat layanan andal dan resilient

Sumber: Data diolah dari hasil observasi dan analisis dokumen, 2024

Interpretasi

Tabel di atas memperlihatkan keterhubungan antara analisis SWOT dengan strategi STP. Strategi SO dan WO menekankan pada pemanfaatan teknologi serta optimalisasi proses internal. Sementara itu, strategi ST dan WT lebih diarahkan pada respons eksternal, seperti persaingan dan risiko regulasi. Sinergi SWOT–STP membuat warehouse tidak hanya efisien, tetapi juga adaptif terhadap perubahan pasar dan lingkungan bisnis.

Pembahasan Integratif: Sinergi SWOT dan STP dalam Kerangka Teori Logistik

Integrasi SWOT dan STP dalam penelitian ini menunjukkan pendekatan yang komprehensif untuk meningkatkan efisiensi supply chain. Menurut Ballou (2004), nilai strategis dari sebuah gudang terletak pada kemampuannya untuk menciptakan *time and place utility*. Analisis SWOT berhasil memetakan kemampuan (*utility*) yang ada saat ini (Strength/Weakness) dan tantangan untuk menciptakannya (Opportunity/Threat). Namun, SWOT seringkali berhenti pada tahap diagnosis strategis.

Di sinilah konsep STP dari pemasaran (Kotler & Keller, 2016) memberikan nilai tambah yang krusial dengan memperluas perspektif operasional SWOT menjadi perspektif berbasis nilai (*value-based*). STP mentransformasi daftar faktor-faktor SWOT menjadi sebuah peta strategi yang terfokus. Sebagai contoh, Strength (sistem WMS) dan Opportunity (otomasi) dalam strategi SO, tidak hanya sekadar dicatat, tetapi diformulasikan menjadi Segmentasi yang lebih cerdas dan Positioning sebagai gudang berbasis teknologi. Hal ini sejalan dengan pemikiran Christopher (2016) dalam *logistics and supply chain management* yang menekankan bahwa keunggulan kompetitif dicapai melalui diferensiasi layanan yang dirasakan oleh pelanggan.

Lebih lanjut, Weakness (kapasitas terbatas) yang dihadapkan pada Threat (permintaan fluktuatif) dalam strategi WT, tidak hanya diidentifikasi sebagai masalah. Melalui pendekatan STP, kondisi ini diarahkan pada Targeting untuk mitigasi risiko dan Positioning sebagai gudang yang andal (*resilient*). Ini menunjukkan bagaimana integrasi ini mengubah pendekatan dari sekadar reaktif (menanggapi ancaman) menjadi proaktif (membangun ketahanan sebagai nilai jual).

Dengan demikian, sinergi ini menjawab tantangan efisiensi supply chain modern. SWOT memberikan "diagnosis" yang akurat, sementara STP bertindak sebagai "terapi" strategis yang terarah, memastikan bahwa setiap kekuatan dimanfaatkan, setiap kelemahan ditangani, setiap peluang direbut, dan setiap ancaman diantisipasi melalui desain operasional gudang yang spesifik, terukur, dan berorientasi pada nilai. Hasilnya adalah sebuah kerangka kerja yang tidak hanya memperbaiki efisiensi internal tetapi juga secara strategis memposisikan warehouse sebagai pemberi nilai dalam rantai pasok, yang merupakan esensi dari manajemen logistik modern.

KESIMPULAN

Integrasi metode SWOT dan STP terbukti efektif dalam meningkatkan efisiensi warehouse. SWOT memberikan gambaran strategis mengenai kondisi internal dan eksternal perusahaan, sementara STP membantu menyusun segmentasi, target, dan positioning yang relevan. Studi pada PT. Hino Motors Sales Indonesia menunjukkan bahwa penerapan kedua metode tersebut mampu memperkuat daya saing warehouse melalui peningkatan akurasi inventori, efisiensi proses receiving, serta percepatan layanan distribusi. Penelitian ini memperkaya literatur dengan mengintegrasikan metode SWOT dan STP dalam konteks manajemen warehouse, yang sebelumnya lebih banyak digunakan secara terpisah. Hasilnya

memperluas pemahaman bahwa konsep pemasaran (STP) dapat diadaptasi untuk mendukung strategi logistik. Bagi praktisi warehouse, kombinasi SWOT dan STP memberikan pedoman yang aplikatif untuk mengidentifikasi area kritis, merancang segmentasi penyimpanan, serta menetapkan prioritas efisiensi. Implementasi IDS AS400 dan SharePoint menjadi contoh nyata penerapan strategi berbasis teknologi. Bagi manajemen perusahaan, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar pengambilan keputusan strategis dalam investasi teknologi gudang, pengembangan SDM, serta diversifikasi pemasok. Selain itu, positioning warehouse sebagai pusat logistik yang unggul dapat meningkatkan brand value dan kepuasan pelanggan.

REFERENSI

- Arunadevi, E., & Umamaheswari, S. (2026). Dynamic inventory optimization for three-warehouse: Balancing freshness-driven demand and preservation investments. *Expert Systems with Applications*, 297, Article 129233. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2025.129233>
- Destiana, R., Kismartini, K., & Yuningsih, T. (2020). Analisis Peran Stakeholders Dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Halal Di Pulau Penyengat Provinsi Kepulauan Riau. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara ASIAN (Asosiasi Ilmuwan Administrasi Negara)*, 8(2). <https://doi.org/10.47828/jianaasian.v8i2.18>
- Gu, H., Feng, Y., Yu, D., Fang, J., Sun, Y., Hu, F., & Touti, E. (2026). HAC-FRL: A learning-driven distributed task allocation framework for large-scale warehouse automation. *Information Processing and Management*, 63(2), Article 104430. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2025.104430>
- Hanif, L., & Widyastuti. (2022). Perancangan Strategi Pemasaran Garam Menggunakan Kombinasi Metode SWOT dan STP (Studi Kasus Kelompok Usaha Garam Sari Laut). *JITIN (Jurnal Inovasi Teknik Industri)*, 1(2).
- Kabak, M., & Keskin, İ. (2018). Hazardous materials warehouse selection based on GIS and MCDM. *Arabian Journal for Science and Engineering*, 43, 3269–3278.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112.
- Muswandi, M. (2020). Strategi Pemasaran Pada Produk Baju Muslim Pria Dengan Metode Swot Dan Stp (Segmentation, Targetting, Positioning) Di Ud. Ramli. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Nugroho, R. F., Andesta, D., & Widyaningrum, D. (2021). Usulan Strategi Pemasaran Ukm Sarung Tenun Di Ud.Ridho Salsa Dengan Metode SWOT Dan STP (Segmentation, Targeting, Positioning). *JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 1(2). <https://doi.org/10.30587/justicb.v1i2.2604>
- Prakoso, Negoro, & Persada. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Produk Kosmetik Wardah dengan Pendekatan SWOT-AHP (Analytic Hierarchy Process). *Sains Dan Seni ITS*, 6(1).
- Putri, M. A., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2023). Analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT, matriks IFE, matriks EFE, dan matriks IE (Studi kasus pada bisnis Banjagim.id). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i1.20703>
- Rangkuti, F. (2015). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT: Cara Menghitung Bobot, Rating, dan OCAI*. Gramedia.
- Setyariningsih, E., & Utami, B. (2022). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Tepung Bumbu ARIEN dengan Metode IFE, EFE, SWOT dan STP. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 5(1).
- Singh, M., & Ardjmand, E. (2020). Carton Set Optimization in E-commerce Warehouses: A Case Study. *Journal of Business Logistics*, 41(3). <https://doi.org/10.1111/jbl.12255>
- Suryatman, T. H., Kosim, M. E., & Samudra, G. E. (2021). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di PT. Panarub Industry. *Journal Industrial Manufacturing*, 6(1), 43–56.
- Tubis, A. A., & Rohman, J. (2023). Intelligent Warehouse in Industry 4.0—Systematic Literature Review. *Sensors*, 23(8), 4105.

- Zhang, Y., Qu, T., Hong, Z., Zhang, Z., & Huang, G. Q. (2026). Digital twin driven opti-state control approach for smart warehousing in the synchronous operating environment. *Robotics and Computer Integrated Manufacturing*, 97, Article 103099. <https://doi.org/10.1016/j.rcim.2025.103099>
- Zheng, X. X., & Liu, C. Y. (2026). Warehouse Receipt Financing Governance Optimization Based on the Blockchain. *Lecture Notes of the Institute for Computer Sciences Social Informatics and Telecommunications Engineering Lnicst*, 633, 190–198. https://doi.org/10.1007/978-3-031-93825-2_17