



**JIMBIS NUSANTARA**  
**Jurnal Inovasi Dan Manajemen Bisnis Nusantara**

<http://jurnal.edunovationresearch.org/>

**Formulasi Strategi Bisnis  
untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan Jasa Outsourcing  
(Studi Kasus Pada PT Ziebar Indonesia)**

Agus Kurniawan<sup>1)</sup>, Femmy Effendy<sup>2)</sup>, Suhono<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomi Pascasarja, Universitas Ekuitas Indonesia, <sup>2)</sup> RO2Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang, <sup>3)</sup> Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang  
[aguskurniawan@ekuitas.ac.id](mailto:aguskurniawan@ekuitas.ac.id)

**Abstract**

This study aims to analyze and formulate business strategies that can improve the competitiveness of PT Ziebar Indonesia as an outsourcing service provider. The research approach used is descriptive qualitative with data collection through interviews, observations, and document studies. Data analysis uses the SWOT model to identify the company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The results indicate that PT Ziebar Indonesia needs to focus on service differentiation strategies, improving human resource competencies, and utilizing digital technology in operational processes. This study provides strategic recommendations in the form of targeted growth strategies, strategic partnerships, and improving service quality as an effort to create long-term competitive advantage.

**Keywords:** *Strategic Management, Business Strategy Formulation, Outsourcing, Competitiveness, PT Ziebar Indonesia*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan merumuskan strategi bisnis yang dapat meningkatkan daya saing PT Ziebar Indonesia sebagai perusahaan penyedia jasa outsourcing. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen. Analisis data menggunakan model SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Ziebar Indonesia perlu fokus pada strategi diferensiasi layanan, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi digital dalam proses operasional. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategis berupa strategi pertumbuhan yang terarah, kemitraan strategis, dan peningkatan kualitas layanan sebagai upaya menciptakan keunggulan bersaing jangka panjang.

**Kata Kunci:** Manajemen Strategi, Formulasi Strategi Bisnis, Outsourcing, Daya Saing, PT Ziebar Indonesia

## INTRODUCTION

Peran kinerja di dunia digital menjadi semakin sulit karena berbagai tantangan yang kompleks. Hal ini terbukti terhadap pergeseran dari cara kerja tradisional ke model yang didominasi teknologi menuntut organisasi untuk beradaptasi dengan cepat dan mengelola ekspektasi yang terus berubah. Belum lagi persaingan usaha yang ketat menjadi salah satu faktor utama yang membuat pencarian kerja semakin sulit. Keterkaitan antara keduanya tidak selalu bersifat langsung, tetapi ada beberapa dinamika pasar yang menjelaskan mengapa hal ini terjadi. Bagi pengusaha, menjadi dilema untuk mendapatkan hasil optimal atas kinerjanya, sehingga keputusannya harus lebih efisien dalam berbagai pengeluaran, salah satunya melalui pengelolaan pegawai.

Keputusan menggunakan pegawai alih daya (outsourcing) memang dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan efisiensi perusahaan, tetapi harus dipertimbangkan secara matang. Outsourcing paling cocok untuk pekerjaan-pekerjaan yang bersifat pendukung dan bukan inti bisnis. Apalagi di era globalisasi dan transformasi digital ini, sehingga peluang ini menjadikan objek bagi para pengusaha untuk mendirikan usaha jasa outsourcing.

Dalam era globalisasi dan transformasi digital, industri jasa outsourcing di Indonesia menghadapi persaingan yang semakin ketat. Perusahaan outsourcing dituntut untuk mampu menyediakan layanan yang berkualitas, efisien, dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis. PT Ziebar Indonesia sebagai salah satu perusahaan penyedia jasa outsourcing perlu memiliki formulasi strategi bisnis yang tepat untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing di pasar.

Menurut Porter (1990), keunggulan bersaing dalam industri jasa bergantung pada inovasi, efisiensi, dan kemampuan adaptasi terhadap pasar. Teori *Resource-Based View* (Barney, 1991) menekankan bahwa sumber daya yang unik dan sulit ditiru seperti SDM berkualitas menjadi kunci utama keunggulan kompetitif.

Dalam konteks hubungan klien, Lacity dan Willcocks (2014) menegaskan pentingnya manajemen hubungan vendor-klien dalam mempertahankan kontrak jangka panjang berbasis kepercayaan dan transparansi. KPMG (2020) juga menemukan bahwa digitalisasi dan sistem HR berbasis cloud meningkatkan efisiensi hingga 30% di industri outsourcing.

Penelitian lain oleh Setiawan (2019), Rahmawati & Siregar (2021), dan Nasution & Arifin (2022) menunjukkan bahwa strategi berbasis SWOT, Balanced Scorecard, dan inovasi digital HR efektif dalam meningkatkan produktivitas dan kepuasan klien perusahaan jasa outsourcing di Indonesia.

Berdasarkan hal di atas dalam kesempatan ini kami akan melakukan penelitian terkait formulasi strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing perusahaan jasa outsourcing (Studi Kasus PT Ziebar Indonesia). Adapun yang akan kami teliti mengenai analisa terhadap kondisi lingkungan internal & eksternal perusahaan dan merumuskan formulasi strategi bisnis yang sesuai untuk meningkatkan daya saing perusahaan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi manajemen PT Ziebar Indonesia dalam pengambilan keputusan strategis serta menjadi referensi bagi akademisi dalam kajian manajemen strategi.

## LITERATURE REVIEW

Strategi bisnis adalah rencana jangka panjang yang dirancang untuk mencapai keunggulan bersaing di pasar. Porter (1985) mengemukakan tiga strategi generic yaitu cost leadership, differentiation, dan focus.

Menurut David (2020), manajemen strategi merupakan seni dan ilmu untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Proses manajemen strategi mencakup tiga tahap utama yaitu formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi organisasi (Rangkuti, 2016).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa formulasi strategi yang berbasis analisis SWOT dan lingkungan bisnis dapat membantu perusahaan outsourcing dalam meningkatkan efisiensi dan inovasi (Wheelen & Hunger, 2018). Menurut Porter (1990) dalam *The Competitive Advantage of Nations*, keunggulan bersaing perusahaan dalam industri jasa bergantung pada kemampuan diferensiasi layanan, efisiensi biaya, dan responsivitas terhadap pelanggan.

Pada konteks perusahaan outsourcing, faktor-faktor tersebut diwujudkan melalui inovasi layanan, pelatihan tenaga kerja, serta adaptasi terhadap regulasi ketenagakerjaan.

Teori *Resource-Based View* (RBV) oleh Barney (1991) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif yang berkelanjutan hanya dapat diperoleh jika perusahaan memiliki sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak tergantikan.

Menurut Lacity dan Willcocks (2014), dalam industri outsourcing, keberhasilan strategi sangat bergantung pada manajemen hubungan antara penyedia jasa (vendor) dan klien (client relationship management). Aspek kepercayaan, komunikasi, dan transparansi kontraktual menjadi elemen penting dalam membangun kemitraan jangka panjang. Setiawan (2019) dalam Jurnal Manajemen Indonesia menunjukkan bahwa perusahaan outsourcing yang menerapkan analisis SWOT dan strategi pertumbuhan berbasis SDM memiliki peningkatan produktivitas sebesar 15% dalam dua tahun. Rahmawati & Siregar (2021) menemukan bahwa efisiensi biaya dan kepuasan klien meningkat signifikan ketika perusahaan outsourcing menerapkan Balanced Scorecard sebagai alat evaluasi strategi. Nasution & Arifin (2022) dalam Jurnal Bisnis dan Manajemen Terapan menyimpulkan bahwa inovasi digital HR menjadi faktor pembeda utama antar penyedia jasa outsourcing di Indonesia.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara dengan manajemen PT Ziebar Indonesia, observasi lapangan, dan analisis dokumen perusahaan. Analisis SWOT dan Matriks IE digunakan untuk merumuskan strategi bisnis yang sesuai dengan kondisi perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan fenomena strategi bisnis PT Ziebar Indonesia secara mendalam. Data diperoleh melalui wawancara dengan manajemen perusahaan, observasi langsung di lapangan, dan studi dokumentasi internal.

Analisis dilakukan dengan pendekatan SWOT dan Matriks IE (Internal-External) untuk menentukan posisi strategis perusahaan serta merumuskan alternatif strategi bisnis.

## RESEARCH METHOD

Dalam kasus PT Ziebar Indonesia, sumber daya manusia (SDM) menjadi aset strategis utama untuk menciptakan nilai tambah bagi klien.

Berdasarkan teori RBV dan Porter, strategi PT Ziebar Indonesia perlu difokuskan pada penguatan sumber daya manusia melalui sistem pelatihan berkelanjutan dan digitalisasi manajemen tenaga kerja. Hasil wawancara dengan manajemen menunjukkan bahwa PT Ziebar mulai mengembangkan platform digital untuk mengelola tenaga kerja outsourcing yang tersebar di berbagai klien. Hal ini sejalan dengan temuan KPMG (2020) bahwa digitalisasi memberikan efisiensi administratif hingga 30%.

Kemitraan strategis dengan klien besar juga mencerminkan prinsip Lacity & Willcocks (2014) mengenai pentingnya hubungan vendor-klien yang berbasis kepercayaan dan kolaborasi jangka panjang. Kekuatan utama PT Ziebar Indonesia terletak pada kualitas SDM, jaringan klien yang luas, dan reputasi baik di industri. Kelemahannya adalah keterbatasan inovasi teknologi dan ketergantungan pada segmen pasar tertentu.

Peluang mencakup meningkatnya permintaan layanan outsourcing akibat efisiensi biaya tenaga kerja, sementara ancamannya berasal dari kompetitor baru dan perubahan regulasi ketenagakerjaan.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, PT Ziebar Indonesia berada pada posisi pertumbuhan (Growth Strategy). Strategi yang dapat diterapkan antara lain:

1. Meningkatkan diferensiasi layanan berbasis digital.
2. Membangun kemitraan strategis dengan perusahaan besar.
3. Meningkatkan efisiensi biaya melalui otomatisasi proses administrasi.
4. Mengembangkan pelatihan dan sertifikasi SDM untuk meningkatkan kualitas layanan.

Implementasi strategi dilakukan melalui penyusunan rencana kerja tahunan, pembentukan unit inovasi layanan, dan sistem monitoring kinerja berbasis Balanced Scorecard. Analisis menunjukkan bahwa kekuatan utama PT Ziebar Indonesia terletak pada kualitas tenaga kerja, pengalaman proyek, dan hubungan baik dengan klien. Kelemahannya adalah keterbatasan inovasi digital dan ketergantungan pada sektor tertentu.

## CONCLUSION, IMPLICATION/LIMITATION AND SUGGESTION

PT Ziebar Indonesia perlu menerapkan strategi pertumbuhan yang terarah melalui peningkatan kualitas layanan, penguatan SDM, dan pemanfaatan teknologi digital. Formulasi strategi bisnis berbasis SWOT membantu perusahaan memahami posisi kompetitifnya dan menentukan langkah taktis dalam menghadapi dinamika pasar.

Manajemen perlu melakukan evaluasi strategi secara berkala, memperkuat inovasi internal, serta memperluas pasar melalui diversifikasi layanan outsourcing.

Formulasi strategi bisnis PT Ziebar Indonesia perlu difokuskan pada penguatan sumber daya manusia, digitalisasi proses, dan peningkatan kemitraan strategis. Pendekatan berbasis SWOT dan teori RBV memberikan arah bagi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi, kualitas layanan, dan daya saing jangka panjang.

Manajemen strategi berperan penting dalam menciptakan efisiensi dan inovasi layanan pada perusahaan outsourcing. Penggunaan analisis SWOT dan Balanced Scorecard membantu perusahaan memfokuskan sumber daya untuk mencapai keunggulan bersaing.

Perusahaan perlu memperkuat sistem manajemen kinerja, meningkatkan pelatihan SDM, serta mengadopsi teknologi digital untuk mendukung transparansi dan akurasi layanan.

## REFERENCES

- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- David, F. R. (2020). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education.
- Hätönen, J., & Eriksson, T. (2009). 30 Years of Research and Practice of Outsourcing – Exploring the Past and Anticipating the Future. *Journal of International Management*, 15(2), 142–155.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business Press.
- KPMG. (2020). *Global Outsourcing Survey 2020: Reshaping the Outsourcing Landscape*. KPMG International.
- Lacity, M. C., & Willcocks, L. P. (2014). *Nine Keys to World-Class Business Process Outsourcing*. Bloomsbury.
- Nasution, H., & Arifin, Z. (2022). Inovasi Digital HR pada Industri Outsourcing di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Terapan*, 10(2), 45–56.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- Rahmawati, D., & Siregar, A. (2021). Evaluasi Strategi Bisnis Perusahaan Jasa Outsourcing melalui Balanced Scorecard. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia*, 9(1), 33–47.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.

- Setiawan, R. (2019). Penerapan Analisis SWOT dalam Formulasi Strategi Perusahaan Outsourcing. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(3), 121–132.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). *Strategic Management and Business Policy*. Pearson Education.