

ABSTRAK

Industri manufaktur alat kesehatan di Indonesia menghadapi tantangan besar akibat dominasi produk impor yang masih kuat, meskipun pemerintah telah menerapkan kebijakan Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) untuk meningkatkan daya saing produk lokal. PT Hospi Niaga Utama, sebagai produsen alat kesehatan dalam negeri, memerlukan strategi yang terstruktur untuk memperkuat daya saingnya baik di pasar domestik maupun global. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi bisnis yang optimal bagi perusahaan tersebut. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan utama, termasuk manajemen PT Hospi Niaga Utama, distributor alat kesehatan, dan para pesaing industri. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode IFE dan EFE untuk mengevaluasi faktor-faktor yang memengaruhi daya saing perusahaan. Posisi kompetitif perusahaan kemudian dipetakan melalui Matriks IE, dilanjutkan dengan perumusan strategi menggunakan analisis SWOT, dan penentuan prioritas strategi melalui Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi branding dengan memanfaatkan standar produksi ISO merupakan pendekatan paling efektif untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Selain itu, pengembangan produk yang selaras dengan program prioritas pemerintah serta kolaborasi strategis dengan produsen internasional untuk alih teknologi, muncul sebagai strategi pelengkap yang dapat memperkuat posisi kompetitif perusahaan.

Kata kunci: Analisis SWOT, Daya saing, Industri alat kesehatan, Manajemen strategis, Matriks IE