

**ANALISIS PESTEL DAN ANALISIS SWOT DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING PADA PT SURYA ARTHA
KOMPUTAMA**

SKRIPSI



Oleh :

**Moch Irfan Rafly
NPM 22201092010**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
2026**

**ANALIS PESTEL DAN ANALISIS SWOT DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING PADA PT SURYA ARTHA
KOMPUTAMA**

SKRIPSI

Dibuat sebagai salah syarat untuk menyelesaikan studi S1
pada Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Islam Malang

Oleh:

MOCH IRFAN RAFLY
NPM 22201092010

Pembimbing Utama

Dadang Krisdianto, S.Sos., M.Si

Pembimbing Pendamping

Ainul Chanafi, S.AB., M.A

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG
2026**

MOTTO

**“ HIDUPLAH SEPERTI ORANG YANG HIDUP JANGAN
HIDUP SEPERTI ORANG YANG MENINGGAL”**



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi saya yang berjudul, "ANALISIS PESTEL DAN ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA PT SURYA ARTHA KOMPUTAMA" tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan serta daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya dapatkan (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 21 - 05 - 2026
Yang membuat pernyataan



MOCH IRFAN RAFLY
NPM. 22201092020

KARTU KONSULTASI SKRIPSI



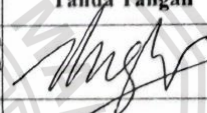
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
(UNISMA)**
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
TERAKREDITASI

Program Studi: 1. Administrasi Publik 2. Administrasi Bisnis

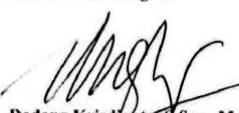
Jalan Mayjend Djojonegoro 493 Malang, Jawa Timur 65144 Indonesia Telp. 0341 551933 ext 177 Faks. 0341 552349 E-mail: fasa@unisma.ac.id unisma@unisma.ac.id

KARTU KONSULTASI

Nama : Moch Irfan Rafly
NPM : 22201092010
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Analisis PESTEL dan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada PT SURYA ARTHA KOMPUTAMA

No	Tanggal	Keterangan Kegiatan	Tanda Tangan
1.	6 April 2026	Perbaikan bab 1 sampai bab 6, perbaikan pada latar belakang serta keterangan gambar dan tanda tangan pada lembar persetujuan skripsi	
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			

Malang, 6 April 2026
Dosen Pembimbing I


Dadang Krisdianto, S.Sos., M.Si
NPP. 101203198032173



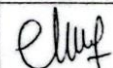
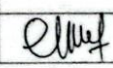
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
(UNISMA)
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
TERAKREDITASI

Program Studi: 1. Administrasi Publik 2. Administrasi Bisnis

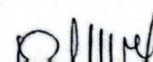
Jalan Mayjend Haryono 193 Malang, Jawa Timur 65144 Indonesia Telp. 0341 551912 ext 127 Faks. 0341 552249 E-mail: faak@unisma.ac.id Website: unisma.ac.id

KARTU KONSULTASI

Nama : Moch Irfan Rafly
NPM : 22201092010
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Analisis PESTEL dan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada PT SURYA ARTHA KOMPUTAMA

No	Tanggal	Keterangan Kegiatan	Tanda Tangan
1.	14 Oktober 2025	Konsultasi pembuatan judul dan pengembangan judul	
2.	17 Oktober 2025	Konsultasi Bab 1 Perbaikan pada latar belakang agar latar belakang lebih bagus	
3.	1 November 2025	Bimbingan revisi Bab 1 dan Bab 2 serta perbaikan bab 2 seperti pada tabel penelitian terdahulu serta penggunaan teori	
4.	7 November 2025	Bimbingan revisi bab 2 yang telah di revisi serta bimbingan bab 3 perbaikan pada format penulisan	
5.	18 November 2025	Bimbingan revisi Bab 3 yang telah direvisi serta tanda tangan pada lembar persetujuan proposal skripsi	
6.	7 Januari 2026	Bimbingan bab 4 pada analisis PESTEL dan perbaikan pada isi dan format penulisan	
7.	20 Januari 2026	Bimbingan pada bab 4 perbaikan pada analisis PESTEL dan analisis SWOT serta perbaikan format penulisan	
8.	31 Januari 2026	ACC bab 4 dan perbaikan pada bab 5 pembahasan tentang isi dan format penulisan	
9.	6 Februari 2026	Perbaikan pada bab 5 pada isi dan format penulisan serta perbaikan pada judul tabel dan alur pembahasan	
10.	13 Februari 2026	ACC bab 5 dan revisi bab 6 perbaikan pada kesimpulan dan perbaikan pada saran	
11.	13 April 2026	ACC semua bab serta meminta tanda tangan pada lembar persetujuan	

Malang, 13 April 2026
Dosen Pembimbing II





**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
(UNISMA)
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
TERAKREDITASI**

Program Studi: 1. Administrasi Publik 2. Administrasi Bisnis

Jalan Mayjend Haryoto 193 Malang, Jawa Timur 65144 Indonesia Telp: 0341 551933 ext 177 Faks: 0341 552289 E-mail: fakultas@unisma.ac.id Website: unisma.ac.id

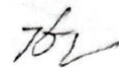
KARTU KONSULTASI

Nama : Moch Irfan Rafly
NPM : 22201092010
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran dengan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing pada PT Surya Artha Komputama

No	Tanggal	Keterangan Kegiatan	Tanda Tangan
1.	03 Oktober 2021	konsultasi Judul	
2.	17 November 2021	konsultasi Bab 1-3	
3.	20 November 2021	Ad Sempu	
4.	12 Desember 2021	Revisi Setelah Sempu	
5.	21 Februari 2022	Revisi Bab 4 sampai bab 6	
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			

Malang,

Dosen Pembimbing I



Prof. Dr. H. Yaqub Cikusin, M.Si

NIDN. 0718125902

UNISMA dan NU masuk Indonesia dan Pergerakan Dunia



LEMBAR KETERANGAN REVISI



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
(UNISMA)
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
TERAKREDITASI**

Program Studi: 1. Administrasi Publik 2. Administrasi Bisnis

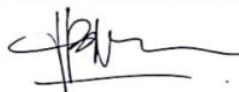
Jalan Mayjend Haryono 193 Malang, Jawa Timur 65144 Indonesia Telp. 0341 551932 ext 127 Faks. 0341 552249 E-mail: faskurisma.ac.id Website: unisma.ac.id

LEMBAR CATATAN REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Moch Irfan Raffly
NPM : 22201092010
Fakultas : Ilmu Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : (STUDI PADA MAHASISWA PEREMPUAN PENGGUNA SHOPEE DI UNISMA) ANALISIS PESTEL DAN ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA PT SURYA ARTHA KOMPUTAMA
Tanggal Sidang : 20 Juni 2026

No	Dosen Penguji	Catatan Revisi	Status	Ttd Dosen Penguji
1.	Dadang Krisdianto, S.Sos., M.Si	mengintegrasikan analisis pestel dengan Swot dengan menambahkan matriks texas	sudah	
2.	Ainul Chanafi, S.AB., M.A	Mempertajam format penulisan mengurangi daftar pustaka menambahkan penjelasan pada sub bab di bab 3	Sudah direvisi 13/7'26	
3.	Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si	menambahkan pembahasan mempertajam tatar belakang revisi karangla berpikir	Sudah Revisi	

Malang,
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis



Karina Utami Anastuti, S.AB., M.AB
NPP. 211305199032130

UNISMA dan NU untuk Indonesia dan Peradaban Dunia



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi berjudul

**ANALISIS PESTEL DAN ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING PADA PT SURYA ARTHA KOMPUTAMA**

Telah disetujui untuk diujikan di hadapan Majelis Penguji

Malang, 6 April 2026

Komisi Pembimbing

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Dadang Krisdianto, S.Sos., M.Si
NPP. 101203198032173



Ainul Chanafi, S.AB., M.A.
NPP. 210605199232223

Mengetahui,
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis



Karina Utami Anastuti, S.AB., M.AB
NPP. 211305199032130

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul

**ANALISIS PESTEL DAN ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING PADA PT SURYA ARTHA KOMPUTAMA**

Telah dipertahankan di depan Majelis Penguji Skripsi dan telah dinyatakan

LULUS

Malang, 20 Juni 2026

Majelis Penguji

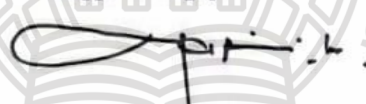
Ketua Penguji

Anggota Penguji 1

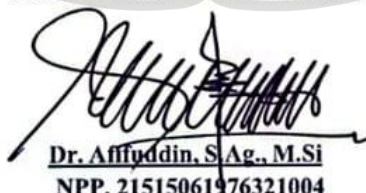

Dadang Krisdianto, S.Sos., M.Si
NPP. 101203198032173


Ainul Chanafi, S.AB., M.A
NPP. 210605199232233

Anggota Penguji 2


Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si
NPP. 196.02.00002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Administrasi


Dr. Affuddin, S.Ag., M.Si
NPP. 21515061976321004

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, semangat, serta pengorbanan yang tiada henti demi keberhasilan saya.
2. Keluarga besar saya, yang senantiasa memberikan motivasi, perhatian, dan dukungan dalam setiap langkah perjuangan saya.
3. Dosen pembimbing, yang dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, serta ilmu yang sangat berarti dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Sahabat dan teman-teman seperjuangan, yang selalu memberikan semangat, bantuan, serta kebersamaan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
5. Almamater tercinta, sebagai tempat saya menimba ilmu, pengalaman, dan membentuk masa depan yang lebih baik.

Semoga segala kebaikan, doa, dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT.

Aamiin Ya Rabbal Alamin.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas limpahan karunia Tuhan yang Maha Esa atas karunianya telah memberikan banyak kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa rasa terima kasih teruntuk keluarga para sahabat, dan kepada orang yang selalu mendukung hingga akhir.

Penulisan skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang. Judul yang penulis ajukan adalah **“ANALISIS PESTEL DAN ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA PT SURYA ARTHA KOMPUTAMA”**. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Drs. H. Junaidi, M.Pd., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Malang.
2. Bapak Dr. Afifuddin, S.A.g., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang.
3. Ibu Karina Utami Anastuti, S.AB., M.AB selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
4. Bapak Dadang Krisdianto, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar dan sangat baik dalam membimbingan, mengajar, mengarahkan

serta memotivasi penulis dalam menyusun skripsi. Terima kasih sudah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Ainul Chanafi, S.AB., M.A selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih telah banyak memberikan bimbingan, ajaran, pengarahan serta motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
6. Ucapan terima kasih tidak lupa penulis sampaikan kepada Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang yang telah membagi ilmu yang sangat bermanfaat dan memberikan sumbangan berupa saran serta materi selama perkuliahan kepada penulis.
7. Ucapan terima kasih juga tidak lupa penulis sampaikan kepada kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan, dan selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam langkah hidup penulis, yang merupakan anugrah terbesar dalam setiap langkah, penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.

Malang 20-04-2026

Moch Irfan Rafly

BIOGRAFI PENULIS



Moch Irfan Rafly lahir di Malang pada 10 September 2003. Penulis merupakan anak kedua. Berdomisili di JL. I. R. Rais IX/58 Kelurahan Tanjungrejo Kecamatan Sukun Kota Malang, Jawa Timur.

Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN Tanjungrejo 2 Malang pada tahun 2010–2016. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 6 Malang pada tahun 2016–2019 dan SMK Negeri 2 Malang pada tahun 2019–2022. Pada tahun 2022, penulis melanjutkan pendidikan tinggi di Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang (UNISMA)

Selama menempuh pendidikan di Universitas Islam Malang, penulis mengikuti Program Mahasiswa Mengabdikan (PMM) yang diselenggarakan oleh universitas. Kegiatan pengabdian tersebut dilaksanakan di Desa Wringinanom, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang. Melalui program ini, penulis memperoleh pengalaman dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat.

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB), penulis menyusun skripsi yang berjudul "**Analisis PESTEL dan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing pada PT Surya Artha Komputama.**" Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi yang tepat bagi Perusahaan agar dapat meningkatkan daya saing

RINGKASAN

Moch Irfan Rafly, 2026, Analisis PESTEL dan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing pada PT Surya Artha Komputama. Dibimbing oleh Dadang Krisdianto, S.Sos., M.Si. dan Ainul Chanafi, S.AB., M.A

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin ketatnya persaingan bisnis di bidang teknologi informasi dan perlengkapan komputer yang menuntut perusahaan memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing. PT Surya Artha Komputama menghadapi tantangan berupa perkembangan teknologi yang cepat, perubahan perilaku konsumen ke arah pembelian online, serta meningkatnya persaingan usaha sejenis. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk memahami faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor tersebut melalui analisis PESTEL dan SWOT guna menentukan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan daya saing perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan utama adalah manajer PT Surya Artha Komputama yang didukung oleh satu orang karyawan dan tiga orang konsumen. Analisis dilakukan melalui identifikasi faktor eksternal menggunakan PESTEL yang meliputi aspek politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum. Selanjutnya dilakukan penyusunan matriks IFAS dan EFAS untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan, kemudian menentukan posisi perusahaan dalam kuadran SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan berupa harga kompetitif, variasi produk, pelayanan responsif, kualitas produk yang baik, dan saluran penjualan yang luas. Peluang eksternal yang dimiliki antara lain meningkatnya kebutuhan teknologi, preferensi konsumen terhadap produk bermerek, serta meningkatnya pembelian online. Berdasarkan hasil IFAS dan EFAS, perusahaan berada pada Kuadran I Matriks SWOT yang menunjukkan strategi agresif (Growth Oriented Strategy). Strategi yang direkomendasikan adalah optimalisasi digital marketing, pemanfaatan testimoni pelanggan, peningkatan pelayanan, dan penguatan kerja sama dengan klien perusahaan maupun institusi guna meningkatkan daya saing secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Analisis PESTEL; Analisis SWOT; Daya Saing; Strategi Pemasaran; PT Surya Artha Komputama

SUMMARY

Moch Irfan Rafly, 2026, PESTEL Analysis and SWOT Analysis in Improving Competitiveness at PT Surya Artha Komputama. Supervised by Dadang Krisdianto, S.Sos., M.Si. and Ainul Chanafi, S.AB., M.A

This study is motivated by the increasingly intense business competition in the field of information technology and computer equipment, which requires companies to have appropriate marketing strategies to improve competitiveness. PT Surya Artha Komputama faces challenges in the form of rapid technological development, changes in consumer behavior toward online purchasing, and increasing competition among similar businesses. These conditions require the company to understand internal and external factors that affect business sustainability. This study aims to analyze these factors through PESTEL and SWOT analysis in order to determine the right marketing strategy to improve the company's competitiveness.

This research uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The main informant is the manager of PT Surya Artha Komputama, supported by one employee and three consumers. The analysis was carried out by identifying external factors using PESTEL, which includes political, economic, social, technological, environmental, and legal aspects. Furthermore, IFAS and EFAS matrices were prepared to identify the company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats, followed by determining the company's position in the SWOT quadrant.

The results show that the company has strengths in competitive prices, product variety, responsive service, good product quality, and broad sales channels. External opportunities include increasing technology needs, consumer preference for branded products, and the growth of online purchasing behavior. Based on the IFAS and EFAS results, the company is positioned in Quadrant I of the SWOT Matrix, which indicates an aggressive strategy (Growth Oriented Strategy). The recommended strategies are optimizing digital marketing, utilizing customer testimonials, improving service quality, and strengthening cooperation with corporate and institutional clients to improve competitiveness sustainably.

Keywords: PESTEL Analysis; SWOT Analysis; Competitiveness; Marketing Strategy; PT Surya Artha Komputama

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis di era globalisasi dan digitalisasi saat ini mengalami perubahan yang sangat cepat. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara perusahaan menjalankan operasional, berinteraksi dengan pelanggan, serta bersaing dengan perusahaan lain. Persaingan bisnis tidak hanya terjadi pada tingkat nasional, tetapi juga di tingkat daerah, termasuk di Kota Malang yang memiliki aktivitas ekonomi yang terus berkembang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), perekonomian Kota Malang pada tahun 2024 tumbuh sebesar 5,41%, lebih tinggi dibandingkan Kota Blitar yang tumbuh sebesar 5,33% dan Kota Kediri sebesar 3,43%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi di Kota Malang relatif lebih dinamis dibandingkan beberapa kota di sekitarnya, sehingga menciptakan potensi pasar yang besar sekaligus mendorong persaingan usaha yang semakin ketat bagi perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya.

Dengan melakukan analisis pasar secara menyeluruh, para pengusaha dapat memahami dengan jelas kondisi pasar, trend konsumen, serta potensi pertumbuhan bisnis di pasar yang dituju (Arifah & Misidawati, 2024). Jika Perusahaan tersebut lambat untuk beradaptasi maka akan mengalami ketertinggalan dari kompetitor Oleh karena itu, Perusahaan perlu menganalisis pasar secara total karena dapat menjadi fondasi untuk menemukan strategi

yang inovatif agar dapat memenuhi kebutuhan pasar saat ini dan juga untuk mengantisipasi perubahan di masa yang akan datang.

Dalam konteks tersebut, analisis PESTEL memiliki peranan sangat penting sebagai alat untuk memahami lingkungan makro yang memengaruhi jalannya perusahaan. Menurut Istichanah (2022), Analisis PESTEL memungkinkan organisasi mengidentifikasi faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan legal yang berpotensi berdampak pada kinerja bisnis. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat mengetahui bagaimana perubahan kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, perkembangan teknologi, hingga isu lingkungan dan regulasi dapat memengaruhi keberlangsungan usaha. Tanpa melakukan analisis lingkungan makro secara komprehensif, perusahaan akan kesulitan menghadapi dinamika pasar, perkembangan teknologi yang cepat, serta tekanan dari kompetitor yang mampu beradaptasi lebih cepat. Akibatnya, perusahaan tidak hanya kehilangan peluang pasar, tetapi juga berisiko menghadapi ancaman yang tidak terantisipasi. Oleh karena itu, penerapan analisis PESTEL merupakan langkah strategis yang penting untuk memastikan perusahaan mampu bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang penuh ketidakpastian.

Analisis SWOT merupakan salah satu bentuk mengidentifikasi berbagai faktor dengan sistematis untuk mendapatkan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan, namun disisi lain juga untuk meminimalkan ancaman dan kelemahan (Riani & Purnomo, 2017). Analisis SWOT merupakan suatu

alat strategis yang dapat membantu perusahaan mengetahui kekuatan dan peluang untuk dimaksimalkan, sekaligus mengetahui kelemahan dan ancaman yang perlu diminimalkan. Pendekatan SWOT tidak hanya relevan bagi perusahaan besar, tetapi juga penting untuk umkm agar mampu menyusun strategi yang sesuai dengan kapasitas dan kondisi pasar yang dihadapi. Dengan memetakan secara jelas faktor-faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan) yang berada dalam kendali perusahaan. Perusahaan mendapatkan gambaran strategis yang utuh. Pemetaan inilah yang kemudian menjadi landasan untuk merumuskan langkah-langkah taktis yang terukur, memastikan bahwa setiap keputusan yang diambil dapat memperkuat posisi kompetitif perusahaan di pasar.

Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa penerapan analisis SWOT berpengaruh positif terhadap efektivitas strategi dan peningkatan daya saing perusahaan. Misalnya, penelitian Karim et al., (2024) mengungkapkan bahwa analisis SWOT menyediakan pendekatan terstruktur bagi organisasi untuk mengidentifikasi kekuatan internal dan peluang eksternal, sehingga dapat menyelaraskan sumber daya dan kapabilitas mereka secara strategis guna meraih keunggulan kompetitif.. Hasil serupa ditemukan oleh Wilasto (2025) yang mengacu pada teori SWOT yang dikembangkan oleh Humphrey (1965) dan dikaji kembali oleh Eda Gürel (2017), menyatakan bahwa penerapan analisis SWOT memungkinkan organisasi untuk menggabungkan kekuatan internal dan peluang eksternal secara maksimal, sehingga dapat memandu

organisasi dalam memanfaatkan sumber daya internalnya secara lebih strategis untuk merespons perubahan lingkungan eksternal.

PT Surya Artha Komputama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi dan penyediaan perangkat komputer. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan ini menghadapi pasar yang sangat kompetitif, baik dari segi produk, harga, maupun inovasi teknologi. Perusahaan harus berhadapan dengan berbagai kompetitor yang menawarkan produk dan layanan dengan harga bervariasi serta strategi promosi yang agresif, terutama melalui media digital. Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah ke pembelian online juga menjadi tantangan tersendiri yang perlu diantisipasi dengan strategi pemasaran yang adaptif.

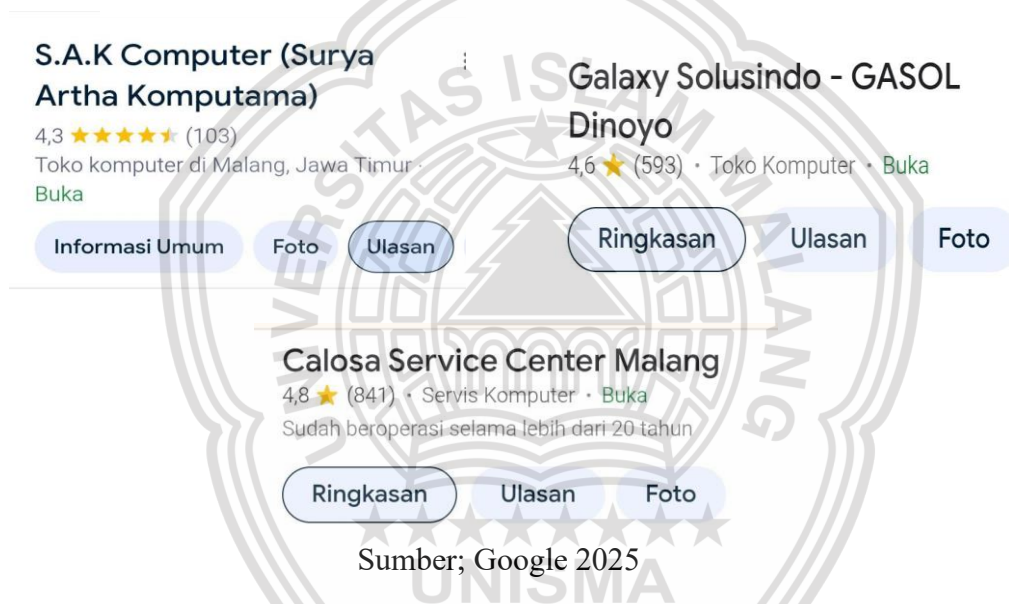
Analisis awal menunjukkan bahwa salah satu aset kekuatan PT Surya Artha Komputama adalah variasi produk yang ditawarkan. Temuan ini diperoleh berdasarkan hasil observasi pada toko resmi PT Surya Artha Komputama di platform Tokopedia, yang menunjukkan bahwa perusahaan menyediakan beragam jenis produk, mulai dari komputer, laptop, komponen komputer, aksesoris. Sayangnya, modal berharga yang membedakannya dari kompetitor ini belum menjadi pusat dari strategi pemasaran perusahaan, yang pemanfaatan media digitalnya masih belum optimal. Di tengah tren digitalisasi dan persaingan yang semakin ketat, terdapat peluang strategis untuk mengangkat ulasan-ulasan ini menjadi alat promosi aktif. Dengan demikian, perusahaan dapat secara efektif menunjukkan keunggulannya dan menjawab

tantangan dari para pesaing di ranah digital. Sejalan dengan hal tersebut, Moch.

Helmy selaku manajer dari PT Surya Artha Komputama menegaskan:

“Selama ini kami sebenarnya lebih mengandalkan reputasi dari cerita mulut ke mulut. Tapi ke depannya, kami pengen lebih memaksimalkan testimoni pelanggan dan menampilkannya di media digital supaya usaha kami bisa dikenal lebih luas lagi” (Wawancara dengan Bapak Moch. Helmy, Selaku Manajer PT. Surya Artha Komputama. 22 November 2025)

Gambar 1. 1 Ulasan Konsumen PT Surya Artha Komputama



Selain itu, keberadaan pesaing utama seperti S.A.K Computer (Surya Artha Komputama), Galaxy Solusindo, dan Calosa Service Center Malang menunjukkan bahwa pasar komputer di Kota Malang memiliki tingkat persaingan yang tinggi. Masing-masing pesaing memiliki citra yang cukup kuat berkat rating tinggi serta banyaknya konsumen yang memberikan ulasan. Kondisi ini menuntut PT Surya Artha Komputama untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih terarah, terutama pada pemaksimalan ulasan positif sebagai media promosi digital. Optimalisasi ini diharapkan mampu

meningkatkan visibilitas online perusahaan, memperkuat brand image, dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar yang terus berkembang.

Tabel 1.1 Daftar 5 Toko Komputer Terbesar di Kota Malang

No	Nama Toko	Tahun Berdiri	Alamat
1	Surya Artha Komputama	2003	JL.Puncak Manadala Tidar Sukun Kota Malang
2	Calosa Laptop	2004	Jl. Mayjend Panjaitan No.6, Klojen
3	Galaxy Solusindo (Gasol)	2002	MT Haryono XIX No.98, Jl. Raya Langsep No.2, dll.
4	SHC Komputer	2010	Jl. Semanggi Barat Kav.8, Lowokwaru
5	Ijen Komputer	2006	Jl. Besar Ijen 77 B, Klojen

Sumber: Data diolah penulis 2025

Dari tabel 1 tersebut dapat dilihat bahwa PT Surya Artha Komputama berdiri pada tahun 2003, menjadikannya salah satu pemain yang cukup lama beroperasi di industri penjualan perangkat komputer di Kota Malang. Dari sisi senioritas, Surya Artha Komputama hanya sedikit lebih muda dibandingkan Galaxy Solusindo (Gasol) yang telah berdiri sejak tahun 2002. Manajer PT Surya Artha Komputama menyatakan bahwa:

“kami sudah cukup lama di bidang ini, jadi pengalaman dan jaringan yang kami bangun sejak 2003 sebenarnya sudah kuat, tinggal bagaimana kami mengoptimalkannya kembali,” (Wawancara dengan Bapak Moch. Helmy, Selaku Manajer PT. Surya Artha Komputama. 22 November 2025)

Perbedaan yang tidak terlalu jauh ini menempatkan keduanya sebagai perusahaan dengan pengalaman panjang, sehingga keduanya memiliki peluang yang sama dalam membangun jaringan, reputasi, serta loyalitas pelanggan.

Ancaman persaingan di segmen ritel dan UKM sebenarnya bisa jadi peluang besar buat PT Surya Artha Komputama. Perusahaan bisa fokus ke hal yang memang jadi keahlian utamanya, yaitu layanan konsultasi teknis dan proyek-proyek untuk pelanggan korporat maupun institusi. Manajer PT Surya Artha Komputama juga menegaskan dalam wawancara bahwa :

“Pasar besar itu bukan cuma pembeli biasa, tapi juga kantor atau instansi yang butuh layanan lengkap dan jangka panjang.” (Wawancara dengan Bapak Moch. Helmy, Manajer PT Surya Artha Komputama, 22 November 2025)

Dengan melihat kemudahan transaksi di e-commerce sebagai standar minimal pelayanan, perusahaan bisa mulai lebih agresif menawarkan kerja sama berupa kontrak pengadaan barang, layanan perawatan rutin, solusi teknologi yang disesuaikan dengan kebutuhan klien, serta pengelolaan supply chain yang lebih rapi dan terjamin. Dengan langkah itu, PT Surya Artha Komputama tidak hanya bertindak sebagai penjual perangkat komputer, tetapi berubah menjadi mitra yang benar-benar membantu operasional penting para kliennya dalam jangka panjang.

Berdasarkan wawancara bersama Bapak Moch. Helmy selaku Manajer dari PT. Surya Artha Komputama. Penentuan strategi dimulai dari mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada.

“Menurut kami, sebelum menyusun strategi apa pun, perusahaan memang harus memahami dulu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya secara menyeluruh supaya keputusan yang diambil tidak sekadar menebak,” (Wawancara dengan Bapak Moch. Helmy, Selaku Manajer PT. Surya Artha Komputama. 22 November 2025)

Kondisi yang ada secara tegas menunjukkan bahwa PT Surya Artha Komputama sangat memerlukan perumusan strategi yang tidak hanya tepat, tetapi juga komprehensif, serta adaptif terhadap perubahan pasar yang dinamis, sebagai upaya krusial untuk meningkatkan dan mempertahankan daya saingnya di industri. Dalam konteks ini, pemanfaatan instrumen analisis PESTEL (Politik, Economic, Sosial, Teknologi dan Hukum) dan menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) memegang peranan vital, sebab melalui analisis ini, perusahaan dapat mengetahui dan memetakan secara lebih terarah segala faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi seluruh kegiatan pemasarannya. Pada akhirnya, analisis SWOT ini mutlak diperlukan karena akan menjadi basis data dan kerangka kerja utama dalam merumuskan strategi kompetitif yang efektif dan berkelanjutan, sekaligus memandu pengambilan keputusan strategis yang akurat dan berlandaskan data (Irawan, 2024).

Penelitian ini dianggap sangat penting dan mendesak untuk dilaksanakan karena strategi pemasaran yang perumusannya didasarkan secara kuat pada hasil analisis PESTEL dan SWOT telah dibuktikan oleh berbagai studi, termasuk yang dilakukan oleh Nguyen dan Simkin (2022), bahwa pendekatan ini efektif dalam membantu perusahaan meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran serta memperkuat keunggulan kompetitif di pasar. Namun, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada perusahaan manufaktur, UMKM, maupun sektor jasa secara umum, sedangkan penelitian yang mengkaji integrasi analisis PESTEL dan SWOT pada perusahaan yang bergerak di bidang penjualan perangkat komputer dan teknologi informasi, khususnya di Kota Malang, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan analisis PESTEL dan SWOT secara terpadu untuk mengidentifikasi faktor lingkungan eksternal dan internal PT Surya Artha Komputama serta merumuskan strategi pemasaran yang sesuai dengan dinamika industri teknologi informasi dan kondisi persaingan bisnis di Kota Malang. Selain memberikan kontribusi akademis, penelitian ini juga memiliki manfaat praktis berupa penyediaan rekomendasi strategis yang dapat digunakan perusahaan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan meningkatkan daya saingnya secara berkelanjutan.

Dari sisi akademik, penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai bahan kajian dalam mengembangkan pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran dan strategi bisnis, khususnya dalam konteks penerapan analisis SWOT pada perusahaan teknologi di Indonesia. Oleh karena itu, penulis

tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis PESTEL dan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing pada PT Surya Artha Komputama.”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana hasil Analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Environment dan Hukum) pada PT. Surya Artha Komputama?
2. Bagaimana matriks internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan matriks eksternal (Peluang dan Ancaman) PT Surya Artha Komputama?
3. Bagaimana hasil Analisis SWOT dapat digunakan untuk merumuskan rekomendasi Strategi Pemasaran yang paling efektif dalam meningkatkan daya saing PT Surya Artha Komputama?

1.3 Tujuan

1. Mengidentifikasi faktor PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Environment dan Hukum) Pada PT Surya Artha Komputama
2. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi PT Surya Artha Komputama.
3. Merumuskan strategi yang paling tepat berdasarkan Analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing PT Surya Artha Komputama.

1.4 Manfaat

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik dari aspek pengembangan ilmu pengetahuan maupun penerapannya dalam praktik. Oleh karena itu, manfaat penelitian ini dibedakan menjadi manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1. Manfaat Penelitian Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai penerapan analisis PESTEL dan SWOT sebagai dasar dalam penyusunan strategi untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang mempunyai topik serupa.

2. Manfaat Penelitian Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi untuk meningkatkan daya saing. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengembangkan kajian yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan daya saing perusahaan.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis PESTEL, dapat disimpulkan bahwa PT Surya Artha Komputama berada dalam lingkungan eksternal yang dinamis dan dipengaruhi oleh berbagai faktor penting. Dari aspek politik, kebijakan perpajakan dan regulasi impor berdampak pada harga jual dan ketersediaan produk, namun perusahaan mampu mengelolanya dengan baik. Dari sisi ekonomi, pertumbuhan ekonomi menjadi peluang karena meningkatkan daya beli konsumen, meskipun inflasi tetap menjadi tantangan dalam penetapan harga. Secara sosial, meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap teknologi dan tren gaming membuka peluang pasar yang signifikan. Perkembangan teknologi melalui e-commerce dan media sosial turut mendukung perluasan pasar dan efektivitas pemasaran. Sementara itu, aspek lingkungan mulai direspons melalui efisiensi operasional, dan dari sisi legal perusahaan telah menunjukkan kepatuhan terhadap regulasi ketenagakerjaan. Secara keseluruhan, peluang terbesar berasal dari faktor ekonomi, sosial, dan teknologi, sedangkan faktor politik dan ekonomi perlu terus diantisipasi guna menjaga keberlanjutan usaha dan meningkatkan daya saing perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis Kuadran SWOT dan Matriks SWOT, dapat disimpulkan bahwa perusahaan berada pada Kuadran I yang menunjukkan kondisi kekuatan internal dan peluang eksternal sama-sama dominan. Posisi ini mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kemampuan internal yang baik serta

didukung oleh kondisi lingkungan yang memberikan peluang pertumbuhan. Hasil perhitungan Matriks SWOT juga menunjukkan bahwa strategi SO memperoleh nilai tertinggi dibandingkan strategi lainnya, sehingga strategi yang paling tepat untuk diterapkan adalah strategi Strength–Opportunity (SO). Strategi ini menekankan pemanfaatan seluruh kekuatan perusahaan untuk menangkap peluang pasar yang tersedia melalui pengembangan produk, optimalisasi saluran penjualan, serta peningkatan kualitas layanan. Dengan penerapan strategi tersebut, perusahaan diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan mencapai pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Strategi yang dihasilkan mendukung peningkatan daya saing PT Surya Artha Komputama berdasarkan tiga indikator daya saing, yaitu keunggulan biaya (cost advantage) melalui efisiensi operasional dan digitalisasi pemasaran sehingga perusahaan mampu mempertahankan harga yang kompetitif; keunggulan diferensiasi (differentiation advantage) melalui penyediaan produk yang beragam dan berkualitas, pelayanan yang responsif, peningkatan kenyamanan berbelanja, serta penguatan citra perusahaan melalui kepuasan pelanggan; dan keunggulan fokus (focus advantage) melalui pengembangan produk sesuai kebutuhan segmen tertentu serta optimalisasi pemasaran digital dan penjualan online. Dengan demikian, penerapan strategi yang dihasilkan dari integrasi analisis PESTEL dan SWOT diharapkan mampu meningkatkan daya saing PT Surya Artha Komputama melalui peningkatan efisiensi operasional, kepuasan dan loyalitas pelanggan, perluasan pangsa pasar, peningkatan penjualan, serta kemampuan perusahaan dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

6.2 Saran

Perusahaan disarankan untuk mengoptimalkan pemasaran digital dan saluran penjualan online dengan memanfaatkan media sosial, marketplace, serta pengelolaan konten yang lebih konsisten dan informatif. Langkah ini penting untuk menangkap peluang pasar yang semakin bergeser ke arah digital serta memperluas jangkauan konsumen, sehingga mampu meningkatkan volume penjualan dan memperkuat daya saing. Selain itu Perusahaan perlu terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk serta pelayanan kepada konsumen. Kualitas yang konsisten dan pelayanan yang responsif akan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan, sekaligus menjadi pembeda utama di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Perusahaan disarankan untuk memperkuat kerja sama dengan distributor, UMKM, atau mitra bisnis lainnya guna memperluas jaringan pemasaran dan memastikan ketersediaan produk. Kerja sama yang strategis dapat membantu perusahaan mengantisipasi risiko keterbatasan stok, fluktuasi harga, serta perubahan kebijakan eksternal, sehingga operasional usaha tetap stabil dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Artikel

- Alam, W. Y., Purnamartha, E., Putri, W., Audina, F., & Kharisma, R. (2024). Analisis SWOT strategi pemasaran (Studi kasus pada Percetakan Mentari Jaya Dukuh Menanggal Surabaya). 7(2), 1014–1019.
- Arifah, N. Al, & Misidawati, D. N. (2024). Analisis pasar dan strategi pemasaran dalam studi kelayakan bisnis. *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 3(1), 20–31.
- Irawan, C. R. (2024). SWOT analysis as a company strategy for business competition. 1(4), 164–171. <https://doi.org/10.38035/sjtl.v1i4>
- Karim, M., Rony, K., Akter, K., Debnath, M., Rahman, M., Akter, F., Chandra, D., Mondal, S., Das, M., Join, M., & Rina, M. (2024). Strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) analysis of artificial intelligence adoption in nursing care. *Journal of Medicine, Surgery, and Public Health*, 3, 100113. <https://doi.org/10.1016/j.glmedi.2024.100113>
- Mayang, A., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran (Studi kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). 17, 58–70.
- Wilasto, K. A. (2025). SWOT analysis in determining performance improvement strategies. 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.62885/ekuisi.v3i1.842>
- Wulandari, A. R., & Rachma, N. (2020). Strategi pemasaran digital melalui analisis SWOT dalam meningkatkan penjualan di tengah pandemi Covid-19 (Studi kasus Kripik Tempe Sari Rasa Sanan di Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 45–57.

Buku Teks dan Monograf

- David, F. R. (2011). *Strategic management: Concepts and cases* (13th ed.). Pearson Education.
- Harahap, K. (2024). *Strategi bisnis pendekatan teoritis dalam merancang jalan menuju keberhasilan*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Hitt, M. A., & Ireland, R. D. (2011). *Strategic management: Competitiveness & globalization – Concepts & cases* (9th ed.). Cengage Learning.
- Karta, N. L. P. A., Wartana, I. M. H., Wibisono, G., & Dwiyantri, N. M. C. (2023). *Manajemen strategik: Konsep dan implementasi*. UNTRIM Press.

- Mardatillah, A. (2024). *Manajemen strategis membangun keunggulan kompetitif di era digital*. UIR Press.
- Masrukhin, A. (n.d.). *Metodologi penelitian kualitatif*. Media Ilmu Press.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis – Cara perhitungan bobot, rating dan OCAI* (Cetakan 22). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saleh, S. (2023). *Mengenal penelitian kualitatif: Panduan bagi peneliti pemula*. Gowa, Indonesia: AGMA.
- Subagyo. (2020). *Meningkatkan daya saing dan kinerja UMKM: Tinjauan dari perspektif karakter, pembelajaran dan kompetensi wirausahawan*. CV Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2018). *Strategic management and business policy: Globalization, innovation and sustainability* (15th ed.). Pearson Education Limited <https://doi.org/1-292-21548-8>

Dokumen Pemerintah dan Publikasi Resmi

- Badan Pusat Statistik. (2025). *Ekonomi Indonesia triwulan III-2025 tumbuh 5,04 persen (Y-on-Y)*. Berita Resmi Statistik No. 102/11/Th. XXVIII, 5 November 2025. Jakarta: Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/11/05/2478/ekonomi-indonesia-triwulan-iii-2025-tumbuh-5-04-persen%25E2%2580%2593y-on-y-.html>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Perkembangan inflasi Indonesia tahun 2025*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik telekomunikasi Indonesia 2024*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/08/29/beaa2be400eda6ce6c636ef8/statistik-telekomunikasi-indonesia-2024.html>

Badan Pusat Statistik Kota Blitar. (2025). *Pertumbuhan Ekonomi Kota Blitar Tahun 2024*. Berita Resmi Statistik, 28 Februari 2025. Blitar: Badan Pusat Statistik Kota Blitar.

<https://blitarkota.bps.go.id/id/pressrelease/2025/02/28/206/pertumbuhan-ekonomi-kota-blitar-tahun-2024.html>

Badan Pusat Statistik Kota Kediri. (2025). *Pertumbuhan Ekonomi Kota Kediri Tahun 2024*. Berita Resmi Statistik, 3 Maret 2025. Kediri: Badan Pusat Statistik Kota Kediri.

<https://kedirikota.bps.go.id/id/pressrelease/2025/03/03/346/pertumbuhan-ekonomi-kota-kediri-tahun-2024.html>

Badan Pusat Statistik Kota Malang. (2025). *Pertumbuhan Ekonomi Kota Malang Tahun 2024*. Berita Resmi Statistik, 3 Maret 2025. Malang: Badan Pusat Statistik Kota Malang.

<https://malangkota.bps.go.id/id/pressrelease/2025/03/03/392/malang-municipality-economic-growth-in-2024.html>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. (2014). *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512*. Jakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. (2021). *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 246, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6736*. <https://peraturan.go.id/uu-no-7-tahun-2021>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial. (2011). *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 116, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5256*

<https://jdih.kemnaker.go.id/peraturan/detail/3/undang-undang-nomor-24-tahun-2011>