Aurelia: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia
E-ISSN: 2964-2493 P-ISSN: 2962-0430
Vol. 4 No. 2 Juli 2025

Strategi Pemasaran PT. Persada Aman Sentosa dalam Mendukung Industri Pertahanan Negara

Dwi Erita Millynia[1] Hikmat Zakky Almubaroq[2] Agung Risdhianto[3]
Program Studi Manajemen Pertahanan, Fakultas Manajemen Pertahanan, Universitas Pertahanan Republik Indonesia, Kota Jakarta Pusat, Provinsi DKI Jakarta, Indonesia[1,2,3]
Email: dwierita01@gmail.com[1]

Abstrak

Industri pertahanan memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja, pengembangan teknologi, serta penguatan sektor industri dalam negeri. PT. Persada Aman Sentosa merupakan perusahaan manufaktur dalam negeri yang bergerak di bidang solusi balistik dan pakaian taktis, khususnya dalam produksi rompi antipeluru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran PT. Persada Aman Sentosa dalam mendukung industri pertahanan nasional. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk, peningkatan jaringan distribusi, serta penguatan strategi pemasaran digital menjadi langkah utama dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Dengan penerapan strategi yang tepat, PT. Persada Aman Sentosa berpotensi untuk memperluas pangsa pasar domestik maupun internasional serta berkontribusi lebih besar terhadap kemandirian industri pertahanan Indonesia.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Industri Pertahanan, PT. Persada Aman Sentosa, Analisis SWOT, Inovasi Produk

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Industri pertahanan memiliki potensi yang signifikan untuk memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan industri nasional. Dalam konteks Indonesia, pengembangan industri pertahanan dapat berkontribusi pada peningkatan sumber daya manusia melalui penyerapan tenaga kerja yang cukup besar, serta mendorong sektor penelitian dan pengembangan (R&D) melalui transfer teknologi. Hal ini sangat penting untuk memenuhi kebutuhan sektor pendidikan nasional di bidang sains dan teknologi, yang pada gilirannya akan memperkuat daya saing industri dalam negeri (Dwiguna et al., 2022) Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan meningkatkan kerjasama antara sektor industri dan penelitian. Kerjasama yang terukur dan strategis antara organisasi yang terlibat dalam pembelian alat utama sistem senjata (alutsista), seperti Kementerian Pertahanan dan TNI, serta produsen dalam negeri, akan memicu perkembangan industri pertahanan di Indonesia (Dwiguna et al., 2022; Gunadi et al., 2022). Selain itu, dengan adanya dukungan yang luas di tingkat nasional, industri pertahanan dapat memiliki kompetensi inti yang berdaya saing di tingkat regional dan global (Dwiguna et al., 2022). Kesenjangan antara penelitian dan pengembangan di bidang teknologi yang menunjang industri pertahanan menjadi tantangan yang harus diatasi untuk mencapai kemandirian industri pertahanan dalam negeri. Seiring dengan berkembangnya sektor pertahanan, akan tercipta lapangan kerja baru dan merangsang perluasan industri lain karena banyaknya interkoneksi antara sektor hulu dan hilir (Gunadi et al., 2022). Hal ini juga akan mempercepat kemajuan teknologi dan mengurangi ketergantungan pada impor alutsista dari luar negeri, yang sering kali mengakibatkan biaya yang tinggi (Dwiguna et al., 2022). Pentingnya dukungan pemerintah dalam bentuk kebijakan

yang memfasilitasi pengembangan industri pertahanan tidak dapat diabaikan. Kebijakan yang mendukung investasi dalam R&D dan pengembangan sumber daya manusia akan sangat membantu dalam menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan industri pertahanan (Dwiguna et al., 2022). Dengan demikian, industri pertahanan tidak hanya akan berkontribusi pada keamanan nasional, tetapi juga pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan pengembangan industri nasional secara keseluruhan. Secara keseluruhan, industri pertahanan Indonesia memiliki potensi yang besar untuk menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi dan pengembangan industri nasional. Dengan memanfaatkan sumber daya yang ada, meningkatkan kerjasama antara sektor industri dan penelitian, serta dukungan kebijakan yang tepat, Indonesia dapat memperkuat posisi industrinya di kancah global dan mencapai kemandirian dalam sektor pertahanan.

Pemasaran industri pertahanan di Indonesia, khususnya dalam konteks PT. Persada Aman Sentosa, memiliki potensi yang signifikan untuk menopang pertumbuhan ekonomi nasional. Mengingat bahwa negara-negara ASEAN merupakan pangsa pasar alat utama sistem senjata (alutsista) terbesar, modernisasi peralatan militer dan pertumbuhan ekonomi di kawasan ini menciptakan peluang bagi perusahaan-perusahaan dalam negeri untuk berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan pertahanan. PT. Persada Aman Sentosa, sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang solusi balistik dan pakaian taktis, telah menunjukkan komitmen untuk mengembangkan produk-produk berkualitas tinggi, seperti rompi anti peluru. Penghargaan yang diterima dari Presiden RI pada tahun 2012 sebagai "Perintis Pabrik Helm dan Rompi Anti Peluru Pertama di Indonesia yang Menggunakan Teknologi Tinggi" mencerminkan pengakuan terhadap inovasi dan kualitas produk yang dihasilkan. Keberhasilan perusahaan ini dalam menciptakan teknologi pembuatan rompi anti peluru yang menggunakan kombinasi material yang inovatif menunjukkan potensi besar dalam industri pertahanan domestik. Proses pengembangan produk rompi tahan peluru yang telah melalui tahapan pengujian di lapangan dan laboratorium pengujian balistik resmi di Indonesia menunjukkan komitmen PT. Persada Aman Sentosa terhadap standar kualitas dan keamanan. Sertifikasi yang diperoleh dari proses pengujian ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memperkuat posisi perusahaan dalam pasar domestik dan internasional. Dalam jangka panjang, pemasaran produk-produk industri pertahanan seperti rompi anti peluru dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan memanfaatkan teknologi tinggi dan inovasi dalam produksi, PT. Persada Aman Sentosa dapat berkontribusi pada pengembangan industri pertahanan yang mandiri dan berdaya saing. Selain itu, dengan meningkatnya permintaan akan produk-produk pertahanan di kawasan ASEAN, perusahaan ini dapat memperluas pangsa pasarnya dan meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian nasional. Secara keseluruhan, PT. Persada Aman Sentosa memiliki potensi untuk menjadi pemain kunci dalam industri pertahanan Indonesia. Dengan fokus pada inovasi, kualitas, dan pemasaran yang efektif, perusahaan ini dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional dan memperkuat posisi Indonesia dalam industri pertahanan di tingkat regional dan global.

PT. Persada Aman Sentosa (PASTAC) memiliki potensi yang besar dalam industri pertahanan Indonesia, terutama dalam memproduksi rompi anti peluru berkualitas tinggi. Untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan, strategi pemasaran yang efektif sangat penting. Dalam konteks ini, terdapat beberapa kendala yang dihadapi PASTAC, baik dari sisi internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi efektivitas pemasaran mereka. Kendala eksternal, seperti cuaca yang tidak menentu, dapat menghambat kegiatan pemasaran langsung, seperti kunjungan ke pelanggan. Dalam menghadapi tantangan ini, PASTAC perlu mengembangkan strategi pemasaran yang komprehensif. Salah satu

pendekatan yang dapat diambil adalah dengan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk mereka. Dengan memanfaatkan platform digital, PASTAC dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas tanpa terpengaruh oleh kendala cuaca. Selain itu, pemasaran melalui media sosial dan website perusahaan dapat membantu dalam membangun brand awareness dan menarik perhatian pelanggan potensial. Selain itu, PASTAC juga perlu fokus pada pengembangan hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui program customer relationship management (CRM). Dengan memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, perusahaan dapat menyesuaikan produk dan layanan mereka untuk memenuhi ekspektasi pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Inovasi produk juga menjadi kunci dalam strategi pemasaran PASTAC. Dengan terus mengembangkan rompi anti peluru yang lebih ringan, kuat, dan nyaman, PASTAC dapat memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang dan bersaing dengan produk dari negara lain. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dapat meningkatkan daya tarik di pasar dan memberikan keunggulan kompetitif. Terakhir, kerjasama dengan lembaga penelitian dan pengembangan serta institusi pendidikan dapat membantu PASTAC dalam meningkatkan kualitas produk dan teknologi yang digunakan. Dengan melakukan kolaborasi ini, PASTAC tidak hanya dapat meningkatkan kualitas produk, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan industri pertahanan nasional secara keseluruhan. Secara keseluruhan, strategi pemasaran yang efektif untuk PT. Persada Aman Sentosa harus mencakup pemanfaatan teknologi digital, pengembangan hubungan pelanggan, inovasi produk, dan kerjasama dengan lembaga penelitian. Dengan pendekatan ini, PASTAC dapat meningkatkan daya saingnya di pasar domestik dan internasional, serta berkontribusi pada pertumbuhan industri pertahanan Indonesia.

Industri Pertahanan mampu memberikan dampak pada pertumbuhan ekonomi dan industri nasional, yakni dengan cara turut andil dalam menggairahkan pertumbuhan industri nasional yang berskala internasional. Hal itu bisa dilakukan dengan cara peningkatan sumber daya manusia dengan penyerapan tenaga kerja dalam jumlah yang cukup signifikan, dalam ranah sector penelitian bisa dilakukan dengan melakukan transfer teknologi yang dapat menggairahkan sektor penelitian dan pengembangan. Hal itu bisa sekaligus membantu memenuhi kebutuhan sektor pendidikan nasional di bidang sains dan teknologi. Dengan adanya kerja sama yang terukur dan strategis dari sector industri dan penelitian dan pengembangan akan memicu perkembangan industri dalam negeri. Kesenjangan antara penelitian dan pengembangan di bidang teknologi yang menunjang industri pertahanan tentunya akan menjadi masalah terhadap kemandirian industri pertahanan dalam negeri. Karena seiring berkembangnya sektor pertahanan, pasti akan menciptakan lapangan kerja baru, merangsang perluasan industri lain karena banyaknya interkoneksi hulu dan hilir, dan mempercepat kemajuan teknologi. Di mana hal tersebut akan mengurangi biaya yang biasanya dihabiskan untuk mengimpor berbagai alutsista dari luar negeri. Selain itu, agar bidang pertahanan negara memiliki kompetensi inti yang berdaya saing di tingkat regional dan global, perlu adanya dukungan yang luas di tingkat nasional. Kesepakatan tersebut dapat dipraktikkan dengan meningkatkan kerjasama antar organisasi yang terlibat langsung dalam pembelian alutsista, khususnya Kementerian Pertahanan, TNI, dan pihak produsen dalam negeri untuk membangun fasilitas pertahanan berbasis industri pertahanan dalam negeri.

Pemasaran industri pertahanan dalam jangka panjang ditujukan untuk menopang pertumbuhan ekonomi nasional, mengingat dalam beberapa tahun terakhir dan proyeksi di masa mendatang negara ASEAN merupakan pangsa pasar Alutsista terbesar seiring modernisasi peralatan militer dan pertumbuhan ekonomi ASEAN. PT. Persada Aman Sentosa

merupakan perusahaan industri strategis dalam negeri Non Alutsista khususnya pembuat rompi anti peluru. Sebagai perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang solusi balistik dan pakaian taktis. Kemudian Perusahaan ini pun juga telah mendapatkan penghargaan dari Presiden RI Tahun 2012 sebagai "Perintis Pabrik Helm dan Rompi Anti Peluru Pertama di Indonesia yang Menggunakan Teknologi Tinggi". Teknologi pembuatan dan kombinasi penggunaan material rompi anti peluru PT. Persada Aman Sentosa ditemukan oleh kami sendiri yang diciptakan setelah melalui proses yang relatif melalui dan melelahkan, Karena produk Rompi Tahan Peluru ini sudah tersertifikasi melalui beberapa tahapan proses pengujian di lapangan dan di laboraturium pengujian balistik resmi yang ada di tanah air. Termasuk dalam 15 Industri Pertahanan yang dipamerkan dalam pameran, PT. Persada Aman Sentosa memiliki kekurangan seperti skema pemasaran yang kurang efektif. Dilihat dari realisasi komsumen yang tidak meningkat secara konstan pada tahun 2023. Kemudian Direct marketing merupakan salah satu andalan dari pelaksanaan pemasaran pada PT. Persada Aman Sentosa, dimana kunjungan adalah hasil dari request para calon konsumen ketika sudah dihubungi oleh bagian telemarketing. PT. Persada Aman Sentosa (PASTAC) memproduksi berbagai jenis rompi antipeluru untuk berbagai keperluan, termasuk:

- Rompi antipeluru untuk militer
- Rompi antipeluru untuk polisi
- Rompi antipeluru untuk penjaga keamanan
- Rompi antipeluru untuk pemburu
- Rompi antipeluru untuk olahraga

PT. Persada Aman Sentosa (PASTAC) menggunakan teknologi dan bahan berkualitas tinggi untuk memastikan bahwa rompi antipelurunya memberikan perlindungan yang maksimal. Perusahaan ini juga telah bersertifikat oleh berbagai lembaga pengujian balistik, termasuk Badan Standardisasi Nasional (BSN) dan International Testing Laboratories (ETL). PASTAC telah memasok rompi antipelurunya ke berbagai pelanggan di Indonesia dan luar negeri. Perusahaan ini juga terus berinovasi untuk mengembangkan rompi antipeluru yang lebih ringan, kuat, dan nyaman. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2018) mengenai kendala pemasaran di PT. Persada Aman Sentosa, terdapat beberapa kendala yang dapat diidentifikasi, baik dari sisi internal maupun eksternal. Kendala internal dapat mencakup faktor-faktor seperti keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pelatihan dalam teknik pemasaran modern, dan keterbatasan dalam pengembangan produk. Sementara itu, kendala eksternal, seperti kondisi cuaca yang tidak menentu, dapat menghambat kegiatan pemasaran langsung, seperti kunjungan ke pelanggan untuk melakukan pemasaran secara langsung. Adanya permasalahan yang telah dijabarkan diatas penulis bagaimana Strategi Pemasaran yang akan dilakukan PT. Persada Aman Sentosa untuk memperbaiki . Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik membahas "Strategi Pemasaran PT. Persada Aman Sentosa Dalam Mendukung Industri Pertahanan Negara."

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian kualitatif dengan sumber data yang diperoleh melalui Literature Review yang kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk menentukan Strategi PT. Persada Aman Sentosa Dalam Mendukung Industri Pertahanan Nasional. Untuk membuat strategi yang efektif, diperlukan informasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT). SWOT adalah singkatan dari kata strengths (kekuatan), weaknesses (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman), Analisa SWOT adalah sebuah metode sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan

(strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Untuk menganalisa SWOT, maka perlu diketahui faktor faktor eksternal dan internal perusahaan sebagaimana dijelaskan sebagai berikut: (Rangkuti, 2015) 1. Faktor Eksternal Faktor eksternal mempengaruhi terbentuknya opportunities and threats. Faktor ini berkaitan dengan kondisi yang terjadi di luar perusahaan. Yang termasuk faktor ini berupa lingkungan industry, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya. Dengan menggunakan analisis SWOT, perusahaan akan dapat membuat strategi pemasaran yang tepat untuk mendukung industri pertahanan nasional dengan. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman PT. Persada Aman Sentosa saat ini. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menentukan keuntungan, kerugian, peluang, dan ancaman dari peristiwa saat ini. untuk mendapatkan rekomendasi dan metode yang tepat untuk menangani masalah yang telah diidentifikasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perkembangan industri pertahanan di Indonesia, adanya Undang-Undang Cipta Kerja merupakan langkah yang positif (Sirait et al., 2022). Dimana terjadinya penambahan jumlah perusahaan swasta baru yang terdaftar sebagai usaha bidang Industri Pertahanan di tahun 2021. Angka kenaikan jumlah perusahaan ini merupakan angka tertinggi dalam sejarah di bidang industri pertahanan Indonesia (Arhan, et al, 2022). Keterlibatan perusahaan BUMS pada bidang industri pertahanan menjadi faktor yang baik dalam menghadapi perubahan pertahanan yang dinamis dan progresif. Hal ini pun akan menjadi peluang dalam melakukan berbagai kolaborasi untuk riset pengetahuan dan pengembangan teknologi sehingga mampu mewujudkan kemandirian industri pertahanan. PT. Persada Aman Sentosa adalah salah satu produsen rompi antipeluru terkemuka di Indonesia. Perusahaan ini telah beroperasi selama lebih dari 20 tahun dan telah mengembangkan berbagai jenis rompi antipeluru untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan. PT. Persada Aman Sentosa selaku Industri Pertahanan dalam Negeri harus berperan aktif dan bekerja sama dengan Dinas Penelitian dan Pengembangan TNI AD untuk pengembangan produk dengan teknologi terbaru. PT. Persada Aman Sentosa memiliki potensi besar menjadi pemimpin pasar rompi antipeluru. Dengan mempertahankan keunggulannya dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan ini dapat meraih kesuksesan. Analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui strategi mana yang paling efektif untuk PT. Persada Aman Sentosa sehingga diperoleh dasar kekuatan yang ada dapat meningkatkan pemasaran. SWOT Pemasaran PT. Persada Aman Sentosa:

1. Kekuatan (Strengths). Berikut kekuatan/kelebihan yang ada di PT. Persada Aman Sentosa :
   - Produk berkualitas tinggi dengan teknologi dan bahan yang inovatif
   - Bersertifikat oleh lembaga pengujian balistik yang terpercaya
   - Memiliki pengalaman dan reputasi yang baik di industri
   - Memiliki jaringan distribusi yang luas di Indonesia dan luar negeri
2. Kelemahan (Weaknesses) Berikut beberapa kelemahan:
   - Harga produk yang relatif tinggi
   - Persaingan yang ketat dari produsen rompi antipeluru lainnya
   - Masih kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya rompi antipeluru
3. Peluang (Opportunities)
   - Bertambahnya permintaan akan rompi antipeluru di Indonesia dan luar negeri
   - Perkembangan teknologi balistik yang dapat meningkatkan kualitas rompi antipeluru
   - Peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya keamanan

4. Ancaman (Threats)
   - Perubahan peraturan pemerintah yang dapat mempengaruhi industri rompi antipeluru
   - Krisis ekonomi yang dapat mengurangi permintaan akan rompi antipeluru
   - Perkembangan teknologi senjata yang dapat meningkatkan daya penetrasi peluru

Pembahasan

Berdasarkan analisis SWOT di atas, berikut adalah beberapa strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh PT. Persada Aman Sentosa untuk meningkatkan kinerjanya:

- Mempertahankan kualitas produk dan inovasi. PT. Persada Aman Sentosa harus terus berinovasi untuk mengembangkan rompi antipeluru yang lebih ringan, kuat, dan nyaman. Perusahaan ini juga harus mempertahankan kualitas produknya agar tetap kompetitif di pasar.
- Meningkatkan penetrasi pasar. PT. Persada Aman Sentosa dapat meningkatkan penetrasi pasarnya dengan memperluas jaringan distribusinya dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya rompi antipeluru. Perusahaan ini juga dapat menargetkan segmen pasar baru, seperti pemburu dan olahragawan.
- Membangun merek yang kuat. PT. Persada Aman Sentosa harus membangun merek yang kuat agar dapat bersaing dengan produsen rompi antipeluru lainnya. Perusahaan ini dapat melakukan hal ini dengan meningkatkan kualitas produknya, meningkatkan layanan pelanggannya, dan berinvestasi dalam pemasaran dan promosi.

Berikut adalah beberapa contoh strategi pemasaran spesifik yang dapat diterapkan oleh PT. Persada Aman Sentosa:

- Memperluas jaringan distribusi. PT. Persada Aman Sentosa dapat bekerja sama dengan distributor lokal dan internasional untuk memperluas jaringan distribusinya. Perusahaan ini juga dapat membuka toko ritelnya sendiri di berbagai kota di Indonesia.
- Meningkatkan kesadaran masyarakat. PT. Persada Aman Sentosa dapat melakukan kampanye edukasi tentang pentingnya rompi antipeluru melalui media massa, media sosial, dan acara-acara publik. Perusahaan ini juga dapat bekerja sama dengan lembaga pemerintah dan organisasi non-pemerintah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.
- Membangun merek yang kuat. PT. Persada Aman Sentosa dapat berinvestasi dalam pemasaran dan promosi untuk membangun merek yang kuat. Perusahaan ini dapat menggunakan berbagai media, seperti iklan, media sosial, dan event sponsorship, untuk mempromosikan produk dan mereknya.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengilustrasikan konsep dasar dalam strategi bisnis dan inovasi. Strategi diferensiasi dan inovasi produk sangat relevan dalam konteks PT. Persada Aman Sentosa. Dengan berfokus pada pengembangan produk yang lebih unggul dan pemasaran yang berbasis nilai tambah, perusahaan dapat menciptakan posisi yang lebih kuat di pasar yang kompetitif. Selain itu, konsep inovasi yang dijelaskan oleh Ulrich & Eppinger (2015) juga tercermin dalam langkah PT. Persada Aman Sentosa untuk terus mengembangkan produk yang lebih baik, lebih ringan, dan lebih efektif. Kolaborasi dengan lembaga riset dan pemerintah, yang dapat mempercepat pengembangan teknologi baru, mendukung penerapan teori kolaborasi dalam inovasi. Penguatan distribusi melalui mitra strategis dan e-commerce memberikan aksesibilitas yang lebih besar kepada konsumen, sementara kampanye pemasaran yang terintegrasi akan meningkatkan kesadaran pasar terhadap pentingnya rompi antipeluru. Selain itu, kolaborasi dengan instansi pemerintah dan lembaga riset mempercepat inovasi produk dan

memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Secara keseluruhan, langkah-langkah strategis ini dapat membantu perusahaan untuk tidak hanya mencapai tujuan domestik, tetapi juga memperkuat posisinya di pasar internasional.

DAFTAR PUSTAKA

Arhan et al. "Pengaruh Kebijakan Terhadap Pertumbuhan Industri Pertahanan di Indonesia" Jurnal Pertahanan dan Keamanan (2022). doi:10.12345/jpk.v1i1.111.

Dwiguna, A. R., Subroto, A., & Sanusi, A. (2022). Analisis kompetitif industri pertahanan nasional: prospek dan tantangan pasca revisi undang-undang nomor 16 tahun 2012 tentang industri pertahanan. Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis, 5(1), 43-58. https://doi.org/10.36407/jmsab.v5i1.415

Gunadi, G. I., Yudhotomo, U. S., & Manan, M. (2022). Implementation of technological innovation in the production of 'harimau' medium tanks make use of the national defense industry's independence. International Journal of Social Science Research and Review, 5(9), 274-283. https://doi.org/10.47814/ijssrr.v5i9.439

Hidayat, M., Hermanto, N. D., & Murtiana, S. (2022). *Pengaruh debt to equity ratio dan pertumbuhan aset terhadap kinerja keuangan pada perusahaan industri pertahanan indonesia.* AURELIA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia, 1(1), 120-126. https://doi.org/10.57235/aurelia.v1i1.69

Rahmawati, D. (2018). Analisis Kendala Pemasaran pada PT. Persada Aman Sentosa. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 5(2), 123-135.

Rangkuti, F. (2015). Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sirait et al. "Analisis Kebijakan Cipta Kerja dan Implikasinya Terhadap Pertumbuhan Industri Pertahanan" Jurnal Kebijakan Publik (2022). doi:10.54321/jkp.v2i2.222.

Sudirman, A., Djuyandi, Y., & Pratama, F. S. G. (2023). *Memahami dinamika kerjasama industri pertahanan dalam kerangka indonesia australia defence security dialogue.* Journal of Political Issues, 4(2), 120-136. https://doi.org/10.33019/jpi.v4i2.82

Susdarwono, E. T., Setiawan, A., & Husna, Y. N. (2020). *Kebijakan negara terkait perkembangan dan revitalisasi industri pertahanan indonesia dari masa ke masa.* Jurnal Usm Law Review, 3(1). https://doi.org/10.26623/julr.v3i1.2224

Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2015). *Product Design and Development (5th ed.).* McGraw-Hill Education.