



Analisis Strategi Ekspor Briket Arang Tempurung Kelapa Studi CV. Sastro Moekti Oetomo

Widi Awanda Yuliana, Sherena Wahyutari*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Alamat: Jl. Slamet Riyadi No.435-437, Dusun I, Makamhaji, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo

Korespondensi penulis: sherena@stiesurakarta.ac.id

Abstract. *This study analyzes the export strategy of coconut shell charcoal briquettes implemented by CV. Sastro Moekti Oetomo using a qualitative approach supported by SWOT analysis. The findings indicate that consistent product quality, worker competence, and flexibility in adjusting product specifications serve as the company's key strengths, while limited production capacity, insufficient digital promotion, and the absence of long-term supplier agreements remain internal constraints. Externally, stable demand from Middle Eastern markets offers growth opportunities, whereas fluctuations in raw material prices and global competition present challenges that require attention. Based on these findings, the study formulates strategic recommendations that include strengthening digital promotion, increasing production capacity, obtaining international quality certifications, and establishing long-term partnerships with raw material suppliers to enhance competitiveness and support the sustainability of the company's export performance in the global market.*

Keywords: *Export strategy, SWOT analysis, coconut shell, charcoal briquettes*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis strategi ekspor briket arang tempurung kelapa pada CV. Sastro Moekti Oetomo dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsistensi kualitas produk, kompetensi tenaga kerja, dan fleksibilitas dalam penyesuaian spesifikasi merupakan kekuatan utama perusahaan, sementara keterbatasan kapasitas produksi, pemanfaatan media digital yang belum optimal, serta ketiadaan kontrak jangka panjang dengan pemasok masih menjadi kendala internal. Dari sisi eksternal, permintaan stabil dari pasar Timur Tengah memberikan peluang pertumbuhan, sedangkan fluktuasi harga bahan baku dan persaingan global menjadi ancaman yang perlu diantisipasi. Berdasarkan hasil tersebut, penelitian merumuskan rekomendasi strategis yang mencakup penguatan promosi digital, peningkatan kapasitas produksi, pemenuhan sertifikasi mutu internasional, serta pembangunan kemitraan jangka panjang dengan pemasok bahan baku guna memperkuat daya saing dan mendukung keberlanjutan ekspor perusahaan di pasar global.

Kata kunci: Strategi ekspor, analisis SWOT, briket arang, tempurung kelapa

LATAR BELAKANG

Sebagai negara beriklim tropis, Indonesia dianugerahi kekayaan sumber daya alam yang melimpah, salah satunya berupa buah kelapa (*Cocos nucifera*). Potensi pemanfaatan kelapa masih sangat besar dan perlu dikaji serta dikembangkan lebih lanjut agar dapat dimanfaatkan secara optimal. Meskipun hampir seluruh bagian kelapa telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, bagian seperti sabut dan tempurung kelapa masih sering terbuang begitu saja dan menjadi limbah. Salah satu upaya untuk meningkatkan nilai guna tempurung

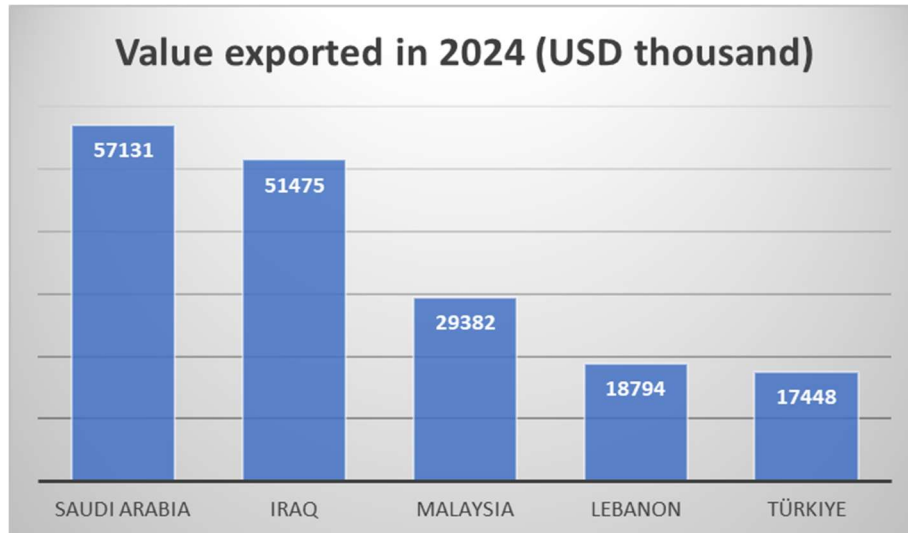
kelapa adalah dengan mengolahnya menjadi arang, yang selanjutnya dapat diproses kembali menjadi briket arang sebagai bahan bakar alternatif (Pardjer, Dewi, & Wardani, 2024).

Briket arang tempurung kelapa merupakan produk yang dihasilkan dari serbuk arang batok kelapa yang dipadatkan dan dicetak menjadi berbagai bentuk, seperti kubus, silinder, maupun balok segi enam. Dari berbagai jenis tersebut, briket berbentuk kubus merupakan bentuk yang paling umum diproduksi (Haryati & Amir, 2021). Pemanfaatan briket arang tempurung kelapa memberikan dua manfaat utama. Pertama, mendorong pengembangan teknologi energi terbarukan yang lebih ramah lingkungan. Kedua, membantu mengurangi volume limbah karena bahan dasarnya berasal dari tempurung kelapa. Oleh karena itu, proses pembuatan dan penggunaan briket arang tempurung kelapa tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga berkontribusi positif terhadap upaya pelestarian lingkungan (Pardjer, Dewi, & Wardani, 2024).

Arang tempurung kelapa (*HS 440290*) merupakan salah satu produk energi biomassa yang semakin diminati di pasar global. Kode *HS 440290* digunakan dalam sistem perdagangan internasional untuk mengklasifikasikan berbagai jenis arang, termasuk arang tempurung kelapa, arang briket, serta jenis arang lain yang tidak tercakup dalam kategori khusus. Peningkatan permintaan terhadap arang tempurung kelapa (*Coconut shell charcoal*) didorong oleh menurunnya ketersediaan sumber energi fosil seperti gas alam, minyak bumi, dan batu bara, sehingga mendorong peralihan menuju sumber energi terbarukan yang lebih ramah lingkungan, seperti arang, metanol, dan biodiesel. Jika dibandingkan dengan arang kayu maupun arang batubara bitumen, arang tempurung kelapa memiliki keunggulan kompetitif berupa harga yang lebih ekonomis dan nilai kalor yang relatif lebih tinggi. Selain itu, produk ini juga dinilai lebih aman, mudah disimpan, ramah lingkungan, serta tidak menghasilkan asap berlebih. Dengan karakteristik tersebut, arang tempurung kelapa tidak hanya menawarkan efisiensi energi dan nilai ekonomi, tetapi juga berkontribusi terhadap pengurangan emisi dan pemanfaatan limbah biomassa sebagai upaya menjaga keberlanjutan lingkungan. (Putri & Hidayat, 2023)

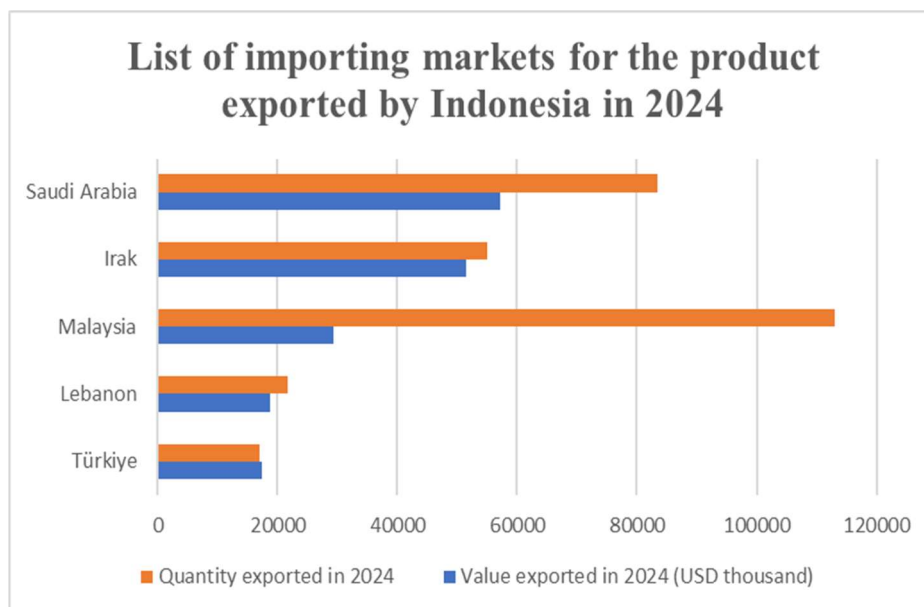
Briket memiliki beragam manfaat dan aplikasi di berbagai sektor. Selain berperan dalam mengurangi ketergantungan terhadap bahan bakar minyak dan gas, briket juga dimanfaatkan sebagai sumber energi alternatif di berbagai negara. Di kawasan Eropa, briket banyak digunakan sebagai bahan bakar untuk proses pemanggangan makanan. Sementara itu, di negara-negara Timur Tengah, briket dimanfaatkan untuk kebutuhan industri rokok, pipa tembakau, dan *shisha*. Adapun di negara-negara Asia seperti Korea dan Jepang, briket sering

digunakan sebagai bahan bakar untuk kegiatan memasak di restoran, hal itu karena kemampuannya menghasilkan panas tinggi dan sifatnya yang ramah lingkungan (Rahmadina & Baidhowi, 2023). Sebagian besar produksi briket asal Indonesia diekspor ke berbagai negara, antara lain Arab Saudi, Irak, Malaysia, Lebanon, dan Türkiye.



Keterangan: Value exported in 2024
Sumber: Trade Map (2024)

Gambar 1. Value Negara Pengimpor Briket Arang Tempurung Kelapa dari Indonesia 2024



Keterangan: Quantity & Value exported in 2024
Sumber: Trade Map (2024)

Gambar 2. Value dan Quantity Negara Pengimpor Briket Arang Tempurung Kelapa dari Indonesia 2024

Berdasarkan data pada diagram batang di atas, Arab Saudi tercatat sebagai negara tujuan ekspor dengan nilai tertinggi (*value exported*), yaitu sebesar 57.131 ribu USD, diikuti oleh Irak dengan 51.475 ribu USD, serta Malaysia sebesar 29.382 ribu USD. Namun, jika ditinjau dari sisi kuantitas ekspor (*quantity exported*), Malaysia justru menempati posisi tertinggi dengan jumlah 113.104 ton, diikuti oleh Arab Saudi sebanyak 83.371 ton, dan Irak sebesar 54.982 ton.

Perbedaan antara kuantitas ekspor (*quantity exported*) dan nilai ekspor (*value exported*) pada produk briket arang tempurung kelapa umumnya disebabkan oleh perbedaan harga satuan per ton (*unit price*) yang ditentukan berdasarkan kualitas produk dan karakteristik pasar negara tujuan. Meskipun Malaysia mencatat jumlah ekspor terbesar, nilai ekspor ke Arab Saudi dan Irak lebih tinggi karena kedua negara tersebut umumnya mengimpor briket dengan spesifikasi premium. Produk briket yang diekspor ke kawasan Timur Tengah, terutama Arab Saudi, banyak digunakan untuk keperluan rokok *shisha* (*hookah*) dan konsumsi rumah tangga, yang menuntut kualitas tinggi seperti kadar air rendah ($\leq 6\%$), kadar abu rendah, dan waktu bakar yang lama. (Indonesia Charcoal, 2025)

Berdasarkan data (Trade Map, 2024), ekspor briket arang tempurung kelapa Indonesia ke Arab Saudi memiliki nilai sebesar 57.131 ribu USD dengan kuantitas 83.371 ton, sedangkan ke Malaysia bernilai 29.382 ribu USD dengan kuantitas 113.104 ton, dan ke Irak sebesar 51.475 ribu USD dengan volume 54.982 ton. Harga rata-rata per ton ke Arab Saudi sekitar USD 685, ke Irak sekitar USD 937, dan ke Malaysia hanya sekitar USD 260 per ton. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun volume ekspor ke Malaysia lebih besar, harga per ton yang dibayarkan oleh negara Timur Tengah lebih tinggi karena produk yang diterima memiliki kualitas dan spesifikasi lebih baik. Oleh karena itu, nilai ekspor ke Arab Saudi dan Irak lebih tinggi meskipun kuantitasnya lebih rendah dibandingkan Malaysia.

Walaupun prospek pengembangan industri briket tempurung kelapa tergolong menjanjikan, pelaku usaha di sektor ini, khususnya CV. Sastro Moekti Oetomo, tetap menghadapi berbagai kendala yang perlu diatasi. Salah satu permasalahan utama muncul akibat peningkatan signifikan ekspor kelapa bulat Indonesia, terutama ke Tiongkok dan Vietnam, dengan pertumbuhan nilai ekspor mencapai 29,84 persen secara bulanan (MoM) pada Februari 2025 dan 14,05 persen secara tahunan (YoY) dibandingkan periode yang sama tahun 2024. Lonjakan ekspor tersebut memang memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi sektor pertanian serta membuka peluang pasar baru di tingkat internasional. Namun, disisi lain, kondisi ini turut mempengaruhi pasar domestik melalui fluktuasi pasokan dan

kenaikan harga kelapa lokal yang meningkat dari kisaran Rp2.500–Rp5.000 per butir pada tahun 2023 menjadi Rp7.000–Rp10.000 pada tahun 2024. Kenaikan harga ini sebagian besar disebabkan oleh meningkatnya ekspor dan menurunnya hasil panen. Akibatnya, beban ekonomi dirasakan oleh konsumen rumah tangga maupun pelaku UMKM yang menjadikan kelapa sebagai bahan baku utama, sehingga sebagian diantaranya harus mengurangi kapasitas produksi atau menaikkan harga jual produk. Walaupun peningkatan ekspor berkontribusi terhadap perolehan devisa serta peningkatan pendapatan petani dan eksportir, manfaat ekonomi yang dihasilkan belum terdistribusi secara merata, sehingga memperlebar kesenjangan ekonomi, terutama di kalangan pelaku rantai pasok hilir (Indahsari & Kurniati, 2024).

CV. Sastro Moekti Oetomo memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap ketersediaan tempurung kelapa sebagai bahan baku utama dalam proses produksinya. Namun, fenomena peningkatan ekspor kelapa utuh dalam beberapa tahun terakhir telah memberikan dampak signifikan terhadap operasional perusahaan. Salah satu akibatnya adalah penurunan kualitas briket yang dihasilkan, yang turut berdampak pada menurunnya kepuasan pelanggan tetap. Kondisi ini juga menyebabkan kenaikan biaya produksi serta menimbulkan tantangan terhadap keberlanjutan usaha perusahaan dalam jangka panjang.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan merumuskan strategi ekspor briket arang tempurung kelapa yang diterapkan oleh CV. Sastro Moekti Oetomo dalam menghadapi kendala ketersediaan bahan baku, fluktuasi pasar global, serta dinamika persaingan industri. Melalui analisis strategi ekspor yang adaptif dan efektif, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi strategis yang mendukung keberlanjutan serta peningkatan kinerja ekspor perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat praktis bagi perusahaan dalam perencanaan strategi pemasaran ekspor yang lebih tepat, sekaligus kontribusi akademik berupa penambahan wawasan dan kemampuan analitis bagi penulis maupun pembaca, khususnya dalam konteks strategi pemasaran ekspor produk agroindustri.

KAJIAN TEORITIS

Teori Ekspor

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, ekspor diartikan sebagai kegiatan mengeluarkan barang dari dalam daerah pabean. Sementara itu, menurut (Manus, Pati, & Rengkung, 2022), ekspor merupakan kegiatan mengeluarkan barang dari peredaran di dalam negeri dan mengirimkannya ke luar negeri sesuai

dengan ketentuan pemerintah, dengan tujuan memperoleh pembayaran dalam bentuk valuta asing. Adapun yang dimaksud dengan daerah pabean adalah seluruh wilayah suatu negara yang mencakup daratan, perairan, sungai, dan zona ekonomi eksklusif, baik yang ditetapkan dan diakui secara internasional maupun berdasarkan kedaulatan serta peraturan perundang-undangan yang berlaku (Manus, Pati, & Rengkung, 2022).

Konsep Manajemen Strategis

Manajemen strategis merupakan suatu proses yang terencana dan berkelanjutan dalam mengelola seluruh sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang secara efektif. Riyanto, Azis, dan Putera (2021) menjelaskan bahwa manajemen strategis tidak hanya berfokus pada penyusunan rencana semata, tetapi juga mencakup upaya untuk menyesuaikan arah organisasi dengan dinamika lingkungan internal maupun eksternal yang senantiasa berubah. Melalui manajemen strategis, organisasi dapat mengidentifikasi potensi, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi keberlangsungan dan daya saingnya.

Lebih lanjut, Riyanto, Azis, dan Putera (2021) mengemukakan bahwa manajemen strategis terdiri dari empat tahapan utama, yaitu:

1. Tahap analisis lingkungan dilakukan untuk mengenali kondisi internal dan eksternal organisasi. Proses ini membantu dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja serta posisi organisasi dalam lingkup persaingan yang lebih luas.
2. Tahap perumusan strategi mencakup kegiatan merancang berbagai alternatif strategi berdasarkan hasil analisis lingkungan. Tujuannya adalah untuk menentukan langkah yang paling tepat dan realistis dalam mencapai tujuan organisasi.
3. Tahap implementasi strategi merupakan penerapan rencana strategis ke dalam tindakan nyata. Proses ini menuntut keterlibatan seluruh unsur organisasi, mulai dari kepemimpinan, struktur organisasi, hingga sistem operasional yang mendukung keberhasilan pelaksanaan strategi.
4. Tahap terakhir adalah evaluasi dan pengendalian strategi, yaitu kegiatan untuk menilai sejauh mana strategi yang dijalankan efektif dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Melalui tahap ini, organisasi dapat melakukan penyesuaian atau perbaikan apabila terdapat penyimpangan dari rencana semula.

Secara keseluruhan, keempat tahapan tersebut menunjukkan bahwa manajemen strategis merupakan suatu siklus yang bersifat dinamis dan adaptif. Proses ini tidak hanya menekankan pada aspek perencanaan, tetapi juga pada kesinambungan antara analisis, implementasi, serta evaluasi terhadap setiap kebijakan yang diambil. Dengan demikian,

manajemen strategis menjadi landasan penting bagi organisasi dalam mempertahankan kinerja, menghadapi perubahan lingkungan, dan mencapai keberhasilan jangka panjang secara berkelanjutan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu pendekatan yang digunakan untuk menilai kondisi internal dan eksternal suatu organisasi atau usaha dengan tujuan merumuskan strategi yang tepat dalam menghadapi berbagai situasi. Menurut Riyanto, Azis, dan Putera (2021), analisis SWOT merupakan alat penting dalam manajemen strategis yang membantu organisasi memahami posisi strategisnya melalui identifikasi empat elemen utama, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Melalui analisis tersebut, organisasi dapat merancang strategi yang sesuai dengan potensi internal serta kondisi lingkungan eksternal yang dihadapi. Riyanto, Azis, dan Putera (2021) menjelaskan bahwa analisis SWOT berfungsi sebagai dasar dalam penyusunan strategi organisasi. Proses ini mencakup pengumpulan informasi faktual tentang faktor internal dan eksternal, kemudian menghubungkannya secara sistematis dalam kerangka strategis. Dengan demikian, analisis SWOT tidak hanya menjadi instrumen untuk mengenali posisi organisasi, tetapi juga sebagai pedoman dalam merumuskan langkah-langkah pengembangan, penyesuaian kebijakan, dan peningkatan daya saing.

Pandangan tersebut diperkuat oleh Triyanto et al. (2025), yang menyatakan bahwa analisis SWOT merupakan metode penting dalam dunia usaha untuk menghadapi dinamika dan ketidakpastian lingkungan bisnis. Pelaku usaha dapat menyusun langkah strategis berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki agar mampu beradaptasi terhadap perubahan situasi baik dari faktor internal maupun eksternal. Mereka menekankan bahwa perubahan lingkungan bisnis seringkali bersifat tidak dapat diprediksi dan dapat berdampak positif maupun negatif terhadap keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, penerapan analisis SWOT menjadi pendekatan efektif dalam manajemen pemasaran untuk mengidentifikasi permasalahan sekaligus mengembangkan strategi adaptif. Dari berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT berperan sebagai alat analisis strategis yang membantu organisasi atau pelaku usaha memahami kondisi aktual dan menentukan arah kebijakan yang tepat. Dengan memahami hubungan antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, organisasi dapat merumuskan strategi yang realistis, fleksibel, dan relevan dengan dinamika lingkungan yang terus berubah.

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk mengintegrasikan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal organisasi ke dalam suatu kerangka konseptual yang memudahkan proses perumusan strategi. Riyanto, Azis, dan Putera (2021) menjelaskan bahwa penyusunan matriks SWOT merupakan tahap lanjutan setelah analisis terhadap kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dilakukan. Tujuan utamanya adalah untuk menghubungkan keempat faktor tersebut secara sistematis sehingga dapat melahirkan alternatif strategi yang tepat bagi organisasi.

Dalam pendekatan kualitatif, penyusunan matriks SWOT dilakukan secara deskriptif dan interpretatif, bukan dengan perhitungan matematis seperti pembobotan IFAS dan EFAS. Matriks ini digunakan untuk memetakan temuan empiris berdasarkan data lapangan, seperti hasil wawancara, observasi, atau dokumen, guna menggambarkan posisi strategis organisasi secara komprehensif. Dengan demikian, matriks SWOT tidak hanya berfungsi sebagai alat analisis situasional, tetapi juga sebagai media konseptual untuk memahami dinamika internal dan eksternal organisasi.

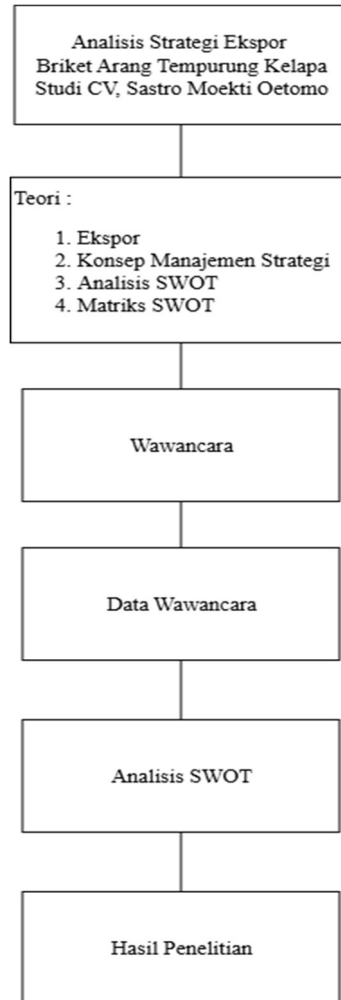
Menurut Riyanto, Azis, dan Putera (2021), penyusunan matriks SWOT dapat menghasilkan empat kelompok strategi utama:

1. Strategi SO (*Strengths–Opportunities*) – memanfaatkan kekuatan internal untuk merebut peluang eksternal.
2. Strategi ST (*Strengths–Threats*) – menggunakan kekuatan untuk menghadapi atau mengurangi dampak ancaman.
3. Strategi WO (*Weaknesses–Opportunities*) – memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang tersedia.
4. Strategi WT (*Weaknesses–Threats*) – strategi defensif yang bertujuan meminimalkan risiko akibat kelemahan dan ancaman.

Melalui matriks SWOT, organisasi dapat memperoleh pemahaman yang lebih terarah mengenai kondisi strategisnya serta dapat merumuskan langkah-langkah pengembangan yang relevan dengan potensi dan tantangan yang dihadapi. Dalam konteks penelitian kualitatif, proses ini tidak berorientasi pada angka, tetapi pada narasi dan interpretasi data yang menunjukkan hubungan logis antara faktor internal dan eksternal. Dengan demikian, matriks SWOT berperan penting dalam proses formulasi strategi karena menyediakan kerangka berpikir yang logis, fleksibel, dan aplikatif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti maupun

praktisi untuk merancang strategi organisasi berdasarkan hasil analisis mendalam terhadap kondisi riil di lapangan, sekaligus menjaga relevansi antara teori dan praktik.

KERANGKA PEMIKIRAN



(Gambar 1. Diagram kerangka pemikiran)

Kerangka pemikiran ini dimulai dari penentuan objek studi pada CV. Sastro Moekti Oetomo dengan fokus penelitian pada analisis strategi ekspor briket arang tempurung kelapa. Landasan teori yang digunakan mencakup empat aspek utama, yaitu teori ekspor, konsep manajemen strategis, analisis SWOT, dan matriks SWOT yang menjadi dasar dalam penyusunan serta pengolahan data. Selanjutnya, wawancara dilakukan untuk memperoleh data primer yang relevan terkait strategi ekspor perusahaan. Data hasil wawancara kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Berdasarkan hasil analisis tersebut,

dirumuskan strategi ekspor yang dapat diterapkan oleh CV. Sastro Moekti Oetomo guna meningkatkan daya saing di pasar internasional.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian dalam studi ini adalah CV. Sastro Moekti Oetomo, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan ekspor briket arang tempurung kelapa. Perusahaan ini dipilih karena memiliki aktivitas ekspor yang cukup signifikan ke berbagai negara tujuan, seperti Rusia, Turki, Brasil, dan beberapa negara lainnya. Fokus penelitian diarahkan pada strategi ekspor yang diterapkan perusahaan dalam menghadapi dinamika pasar global.

Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif, berupa informasi mendalam mengenai strategi ekspor, kebijakan perusahaan, hambatan, dan peluang. Data tersebut diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

b. Sumber Data

- Data Primer, diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan pimpinan dan staf CV. Sastro Moekti Oetomo, serta pemangku kepentingan yang terkait dengan kegiatan ekspor.
- Data Sekunder, diperoleh dari studi pustaka, serta jurnal-jurnal ilmiah yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Wawancara, dilakukan secara mendalam terhadap pihak manajemen dan staf terkait di CV. Sastro Moekti Oetomo untuk memperoleh informasi mengenai strategi ekspor yang diterapkan serta kendala yang dihadapi.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi ekspor briket arang tempurung kelapa pada CV. Sastro Moekti Oetomo.

Analisis ini digunakan untuk merumuskan strategi yang tepat berdasarkan hasil identifikasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan dalam kegiatan ekspornya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum CV. Sastro Moekti Oetomo

CV. Sastro Moekti Oetomo merupakan produsen briket arang tempurung kelapa yang berorientasi pada pasar ekspor, terutama ke kawasan Timur Tengah untuk kebutuhan shisha (hookah). Perusahaan menerapkan sistem maklon, sehingga pembeli dapat menyesuaikan ukuran, bentuk, dan kemasan produk sesuai permintaan. Dalam proses produksinya, perusahaan menekankan pengawasan kualitas yang ketat di setiap tahap serta didukung oleh SDM berpengalaman, sehingga kualitas produk tetap konsisten. Meskipun demikian, pengambilan keputusan masih terpusat pada pemilik, dan perusahaan menghadapi keterbatasan dalam pemasaran digital serta kapasitas pemenuhan permintaan.

Analisis Faktor Internal

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi langsung di lokasi pabrik, CV Sastro Moekti Oetomo menghasilkan briket arang tempurung kelapa yang tidak mudah pecah, memiliki kadar abu putih, serta memenuhi standar kualitas pembeli luar negeri, khususnya pasar Timur Tengah untuk kebutuhan shisha. Dari pengamatan langsung, terlihat bahwa proses produksi dijalankan secara teliti dengan pengawasan ketat pada setiap tahap, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pengovenan, hingga pengemasan. Kegiatan ini dipantau oleh kepala bagian yang berpengalaman, sehingga kualitas produk sesuai standar perusahaan. Pengalaman tenaga kerja yang sudah lama bergelut di bidang ini juga menjadi faktor penting dalam menjaga reputasi perusahaan. Hal tersebut terbukti dari adanya pelanggan tetap dan pembelian berulang dari pelanggan luar negeri.

Namun, di balik kekuatan tersebut, hasil wawancara mengungkapkan bahwa pengambilan keputusan masih sangat terpusat pada pemilik, tanpa adanya struktur manajemen profesional yang jelas. Hal ini berpotensi menghambat efektivitas koordinasi. Selain itu, perusahaan belum memiliki website aktif maupun media sosial resmi, sehingga strategi pemasaran masih bergantung pada jaringan pribadi dan pembeli lama. Wawancara bagian admin menunjukkan bahwa perusahaan belum menjalin kontrak jangka panjang dengan pemasok, sehingga pasokan tempurung kelapa dapat terganggu ketika terjadi kelangkaan di pasar. Kondisi ini berdampak langsung pada keterlambatan produksi dan ketidakmampuan memenuhi permintaan buyer dalam jumlah besar. Perusahaan hingga saat ini belum memiliki rencana untuk mengembangkan varian produk lain di luar briket shisha, karena masih berfokus pada pemenuhan permintaan dari pembeli yang sudah ada. Fokus ini memang membantu menjaga konsistensi kualitas, namun di sisi lain menunjukkan keterbatasan kapasitas produksi

dan orientasi pasar yang masih sempit, sehingga peluang untuk memperluas segmen atau pasar baru belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Analisis Faktor Eksternal

Dari sisi peluang, hasil wawancara dengan admin yang mewakili CV Sastro Moekti Oetomo menunjukkan bahwa permintaan ekspor dari kawasan Timur Tengah masih stabil dan menjadi pasar utama perusahaan, khususnya untuk kebutuhan shisha (hookah). Konsistensi permintaan ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan pembeli luar negeri dan memperluas jaringan di pasar serupa. Saat ini, perusahaan belum berencana memproduksi jenis briket lain, karena masih berfokus pada upaya memenuhi kuantitas dan menjaga kualitas permintaan buyer yang sudah ada. Meskipun demikian, kondisi tersebut menyisakan peluang di masa depan ketika kapasitas produksi meningkat, di mana perusahaan dapat mulai mempertimbangkan pengembangan varian produk atau ekspansi ke pasar lain. Selain itu, pemanfaatan media digital dan promosi daring menjadi peluang nyata untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperkuat citra perusahaan di pasar global.

Meski demikian, perusahaan tetap dihadapkan pada ancaman eksternal seperti krisis bahan baku, fluktuasi harga tempurung kelapa, dan persaingan ketat antar produsen briket baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Selain itu, dukungan pemerintah terhadap ekspor produk briket masih belum optimal. Secara keseluruhan, hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa CV Sastro Moekti Oetomo memiliki kekuatan utama pada kualitas produk yang sesuai standar ekspor dan hubungan baik dengan pembeli luar negeri. Namun, kelemahan masih terlihat pada struktur manajemen yang belum profesional, keterbatasan kapasitas produksi, dan minimnya promosi digital. Di sisi lain, stabilnya permintaan dari pasar Timur Tengah menjadi peluang penting untuk pengembangan usaha, meskipun ancaman berupa krisis bahan baku dan persaingan global tetap perlu diantisipasi.

Matriks SWOT CV Sastro Moekti Oetomo

Untuk memberikan gambaran yang lebih terstruktur mengenai posisi perusahaan, hasil identifikasi faktor internal dan eksternal disusun dalam bentuk matriks SWOT. penyajian matriks ini membantu memperlihatkan keterkaitan antar komponen analisis serta menjadi dasar dalam perumusan strategi ekspor.

Tabel 1. Matriks SWOT CV. Sastro Moekti Oetomo

Faktor Internal / Eksternal	Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)
Kekuatan (Strengths)	Strategi S–O (Strength–Opportunities) 1. Menjaga dan menonjolkan kualitas briket yang kuat dan kadar abu putih rendah untuk mempertahankan kepercayaan pasar Timur Tengah yang permintaannya stabil. 2. Menggunakan kemampuan menyesuaikan ukuran, bentuk, dan kemasan produk (sistem maklon) agar lebih sesuai dengan preferensi buyer dari berbagai negara tujuan ekspor. 3. Memanfaatkan hubungan baik dengan pelanggan tetap luar negeri untuk memperluas promosi melalui jaringan buyer internasional dan platform digital. 4. Perusahaan dapat menjadikan sistem pengawasan mutu dan pengalaman tenaga kerja sebagai keunggulan kompetitif dalam menarik kepercayaan buyer baru di pasar ekspor.	Strategi S–T (Strength–Threats) 1. Menjaga konsistensi kualitas dan pengawasan di seluruh proses produksi agar mampu bersaing dengan produsen lain di pasar global. 2. Mengoptimalkan fleksibilitas sistem maklon untuk menyesuaikan spesifikasi produk sesuai kebutuhan buyer, sehingga perusahaan tetap kompetitif di tengah persaingan produsen briket dalam dan luar negeri. 3. Memanfaatkan hubungan dengan buyer tetap sebagai jaminan keberlanjutan penjualan meskipun pasokan bahan baku berfluktuasi.

Kelemahan (Weaknesses)	Strategi W–O (Weakness– Opportunities)	Strategi W–T (Weakness– Threats)
	1. Mengembangkan website dan akun media sosial resmi perusahaan untuk memperluas promosi dan menjangkau buyer baru di luar jaringan lama. 2. Mengajukan sertifikasi mutu internasional agar produk diakui di pasar ekspor dengan standar ketat seperti Eropa. 3. Meningkatkan kapasitas produksi dengan menambah peralatan atau kerja sama produksi agar dapat memenuhi permintaan buyer yang meningkat. 4. Mengembangkan varian produk tambahan, seperti briket BBQ, untuk memperluas pasar dan mengurangi ketergantungan pada produk shisha saja.	1. Menjalin kontrak jangka panjang dengan pemasok bahan baku untuk menjaga ketersediaan tempurung kelapa dan mengurangi dampak fluktuasi harga. 2. Membangun struktur manajemen yang lebih profesional agar pengambilan keputusan tidak hanya terpusat pada pemilik dan lebih adaptif terhadap perubahan pasar. 3. Meningkatkan pengawasan kualitas bahan baku untuk menghindari penurunan mutu akibat kadar air atau jenis tempurung yang tidak seragam. 4. Mengikuti program pelatihan, pameran, dan misi dagang pemerintah untuk memperoleh dukungan promosi ekspor dan jaringan buyer baru.

Analisis Berdasarkan Teori

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Sastro Moekti Oetomo memiliki keunggulan utama pada kualitas produk briket arang tempurung kelapa yang sesuai dengan standar ekspor, terutama untuk pasar Timur Tengah. Kondisi ini sejalan dengan temuan Haryati dan Amir (2021) yang menjelaskan bahwa pasar Arab Saudi dan negara-negara Timur Tengah menuntut briket dengan kadar abu rendah dan tidak mudah pecah untuk kebutuhan shisha. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan kualitas produk menjadi faktor utama dalam menjaga daya saing ekspor, sebagaimana dijelaskan dalam teori manajemen strategis oleh Riyanto, Azis, dan Putera (2021) yang menekankan pentingnya pemanfaatan strengths internal untuk memanfaatkan opportunities eksternal.

Di sisi lain, lemahnya struktur manajemen dan keterbatasan kapasitas produksi merupakan kelemahan (*weaknesses*) yang dapat menghambat efektivitas strategi ekspor. Kondisi ini menunjukkan pentingnya penerapan analisis SWOT sebagaimana disampaikan oleh Triyanto et al. (2025), bahwa metode SWOT membantu pelaku usaha termasuk UMKM dalam mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara sistematis agar dapat merumuskan langkah strategis yang sesuai dengan kondisi aktual. Dalam konteks CV. Sastro Moekti Oetomo, hasil wawancara menunjukkan perlunya penguatan manajemen internal dan

perencanaan strategis yang lebih terarah agar perusahaan dapat menyesuaikan diri dengan dinamika pasar ekspor.

Faktor peluang (*opportunities*) yang signifikan adalah meningkatnya permintaan ekspor briket arang tempurung kelapa secara umum di pasar internasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmadina et al. (2023) yang menunjukkan bahwa ekspor briket memiliki potensi besar dalam meningkatkan devisa dan memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia. Artinya, keberlanjutan ekspor yang dijalankan CV. Sastro Moekti Oetomo tidak hanya menguntungkan perusahaan, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Peluang ini dapat dimanfaatkan melalui perluasan pasar, promosi digital, dan diversifikasi produk agar nilai ekspor meningkat secara berkelanjutan.

Sementara itu, ancaman (*threats*) berupa fluktuasi harga bahan baku dan persaingan ketat antar produsen juga telah dibahas dalam penelitian Indahsari dan Kurniati (2024). Mereka menjelaskan bahwa lonjakan ekspor kelapa utuh ke luar negeri berdampak pada kenaikan harga tempurung kelapa di pasar domestik, yang akhirnya mempengaruhi biaya produksi industri briket. Untuk mengantisipasi hal ini, perusahaan perlu menjalin kontrak jangka panjang dengan pemasok bahan baku, sebagaimana strategi W–T (*Weakness–Threats*) yang direkomendasikan oleh Riyanto et al. (2021).

Selain itu, keterbatasan dalam promosi menunjukkan bahwa perusahaan belum sepenuhnya memanfaatkan peluang untuk memperluas pasar ekspor. Berdasarkan hasil wawancara, promosi produk masih bergantung pada jaringan pembeli lama dan belum memanfaatkan media yang dapat menjangkau buyer baru di pasar internasional. Dalam konteks pemasaran ekspor, ketersediaan informasi produk yang jelas dan aksesibel menjadi faktor penting untuk membangun kepercayaan buyer. Oleh karena itu, pengembangan saluran promosi seperti website dan media sosial resmi dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pasar ekspor perusahaan.

Analisis Berdasarkan Konsep Manajemen Strategis

Menurut Riyanto, Azis, dan Putera (2021), manajemen strategis adalah proses berkelanjutan yang mencakup analisis lingkungan, perumusan strategi, implementasi, serta evaluasi. Penerapan konsep ini pada CV Sastro Moekti Oetomo dapat dijelaskan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

1. Analisis Lingkungan

Analisis internal dan eksternal menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan signifikan pada kualitas produk, sistem pengawasan produksi, serta kepercayaan buyer

luar negeri. Namun, kelemahan masih terlihat pada aspek manajerial, kapasitas produksi, dan digitalisasi promosi. Dari sisi eksternal, meningkatnya permintaan briket shisha di Timur Tengah dan tren global menuju energi terbarukan memberikan peluang besar. Di sisi lain, risiko bahan baku dan persaingan ketat menjadi ancaman nyata bagi keberlangsungan usaha.

2. Perumusan Strategi

Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang perlu dikembangkan adalah kombinasi antara penguatan kualitas produk, diversifikasi pasar, dan penguatan sistem manajemen profesional agar perusahaan dapat beradaptasi terhadap perubahan eksternal.

3. Implementasi Strategi

Tahap ini menuntut keterlibatan seluruh elemen organisasi, baik dari aspek produksi, pemasaran, maupun hubungan antar pihak eksternal seperti pemasok dan buyer. Perusahaan perlu mengembangkan struktur organisasi yang lebih formal agar pengambilan keputusan tidak hanya terpusat pada pemilik.

4. Evaluasi dan Pengendalian

Tahapan ini penting untuk memastikan bahwa strategi yang diterapkan dapat memberikan hasil sesuai target ekspor. Pengawasan mutu dan evaluasi terhadap pasokan bahan baku menjadi aspek utama untuk menjaga keberlanjutan ekspor.

Dengan demikian, penerapan prinsip manajemen strategis pada CV Sastro Moekti Oetomo menjadi landasan utama dalam mengelola kekuatan internal, mengatasi kelemahan, serta menyesuaikan arah usaha terhadap dinamika pasar ekspor briket global.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi ekspor briket arang tempurung kelapa yang diterapkan oleh CV. Sastro Moekti Oetomo telah menunjukkan efektivitas dalam mempertahankan daya saing di pasar internasional, khususnya di kawasan Timur Tengah. Keunggulan utama perusahaan terletak pada konsistensi mutu produk, kadar abu yang rendah, serta kemampuan menyesuaikan spesifikasi sesuai permintaan pembeli melalui sistem maklon. Faktor-faktor tersebut menjadi penopang utama dalam membangun reputasi dan menjaga keberlanjutan hubungan dengan mitra dagang luar negeri. Meskipun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keterbatasan kapasitas produksi, struktur manajemen yang belum sepenuhnya profesional, serta belum optimalnya pemanfaatan promosi digital masih menjadi kendala internal yang perlu mendapatkan perhatian. Di sisi eksternal, stabilitas permintaan

terhadap produk ramah lingkungan di pasar global memberikan peluang ekspansi yang besar, namun fluktuasi harga bahan baku dan tingkat persaingan yang semakin intensif tetap menjadi ancaman yang harus diantisipasi melalui strategi yang adaptif dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar CV. Sastro Moekti Oetomo memperkuat sistem manajemen internal melalui pembagian tugas yang lebih profesional dan terstruktur, meningkatkan kapasitas produksi dengan dukungan teknologi yang efisien, serta mengoptimalkan promosi digital untuk memperluas jaringan pasar ekspor. Perusahaan juga perlu menjalin kemitraan jangka panjang dengan pemasok bahan baku guna menjaga ketersediaan tempurung kelapa yang stabil, serta mulai mempertimbangkan diversifikasi produk agar tidak bergantung pada satu jenis pasar saja. Langkah-langkah tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan menjaga keberlanjutan ekspor perusahaan di masa mendatang.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu objek, yaitu CV. Sastro Moekti Oetomo, sehingga hasilnya belum dapat menggambarkan strategi ekspor dari pelaku usaha lain dalam industri serupa. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan lebih banyak perusahaan dengan pendekatan metodologis yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih bervariasi dan memberikan wawasan yang lebih luas bagi pengembangan strategi ekspor produk briket arang tempurung kelapa.

DAFTAR REFERENSI

- Haryati, T., & Amir, I. (2021). Identifikasi karakteristik briket arang kelapa yang diminati pasar Arab Saudi dan prosedur ekspornya. *Forbiswira: Forum Bisnis dan Kewirausahaan* 11(1), 39-57.
- Indahsari, C., & Kurniati, E. (2024). Dampak Ekspor Kelapa ke Cina terhadap Kenaikan Harga dan Ketersediaan Kelapa di Pesawaran dan Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 1(2), 84-97.
- Indonesia Charcoal. (2025). *Charcoal export from Indonesia: What matters in 2025*. Indonesia Charcoal. <https://www.indonesiacharcoal.com/en/articles/charcoal-export-from-indonesia-what-matters-in-2025-54b543319f>
- International Trade Centre. (2024). *List of importing markets for the product exported by Indonesia in 2024*. Trade Map. https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7C360%7C%7C%7C%7C160432%7C%7C%7C6%7C1%7C1%7C2%7C1%7C1%7C2%7C1%7C1%7C1
- Manus, T. A. B., Pati, A. B., & Rengkung, F. (2022). Upaya Pemerintah Sulawesi Utara Dalam Meningkatkan Ekspor Di Masa Pandemi Covid 19. *POLITICO: Jurnal Ilmu Politik*, 11(4), 242-252.
- Pardjer, A. B. S., Dewi, T. R., & Wardani, I. (2024). Analisis Kelayakan Usaha Briket Berbahan Baku Tempurung Batok Kelapa Di Cv Sastro Moekti Oetomo Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Pertanian Agros*, 26(1), 5136-5140.

- Putri, L. A., & Hidayat, N. K. (2023). Analisis Komparasi Daya Saing Ekspor Arang Tempurung Kelapa ASEAN di Pasar Jepang. *Indonesian Journal of Agricultural Resource and Environmental Economics*, 2(1), 25-36.
- Rahmadina, P., & Baidhowi, S. I. (2023) POTENSI EKSPOR BRIKET TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA Oleh Grace Yoan Grasella Sinagal¹), Jessica Ayu Katherine²), Muhammad Daffa Akhsya³).
- Slamet Riyanto, S. T., Azis, M. N. L., Kom, S., Kom, M., & Putera, A. R. (2021). *Analisis SWOT sebagai Penyusunan Strategi Organisasi: Bintang Pustaka*. Bintang Pustaka Madani.
- Triyanto, E., Hendratmoko, C., Ismunawan, I., Kurnianingsih, H., & Nurtantiono, A. (2025). Pelatihan Analisis SWOT pada UMKM Yuni Snack Boyolali. *Jurnal Pengabdian Masyarakat STIE Surakarta*, 4(1), 28-35.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan [Undang-undang]. (2014). Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia.