

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUKSI ARANG PUTIH MELALUI
BISNIS ONLINE UNTUK MENINGKATKAN EKSPOR INDONESIA DI
ERA GLOBAL (Studi Pada CV. SATOJO ANUGERAH SUKSES)
TAHUN 2017**

Cindy Kweenedy

Ilmu Ekonomi / Bisnis dan Ekonomika
Cindyubaya@gmail.com

Abstrak- Penelitian ini bertujuan untuk mencermati faktor- faktor internal dan eksternal yang dapat yang dapat mendukung maupun menghambat perkembangan CV. Satojo Anugerah Sukses, sesuai dengan analisis SWOT, kemudian menentukan strategi terkait pengembangan arang putih melalui bisnis online untuk meningkatkan ekspor di era global. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan data yang digunakan berupa data sekunder dan primer. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa CV. Satojo Anugerah Sukses memiliki banyak potensi yang dapat mendukung penjualan produknya terutama dengan menggunakan media *online* dalam pemasarannya, CV. Satojo memiliki sumber daya bahan baku untuk membuat arang putih juga menjadi faktor pendukung. Hambatan dalam usaha ini adalah struktur perusahaan yang kurang tertata sehingga pemasaran kurang optimal, metode pembayaran kurang bervariasi. Selain itu, ancaman habisnya bahan baku, barang hilang akibat pengiriman, nilai tukar rupiah menguat, pesaing baru, bencana alam juga menjadi faktor penghambat pengembangan CV. Satojo Anugerah Sukses. Melalui hasil temuan, kemudian diformulasikan kedalam matriks SWOT dan ditemukan beberapa strategi.

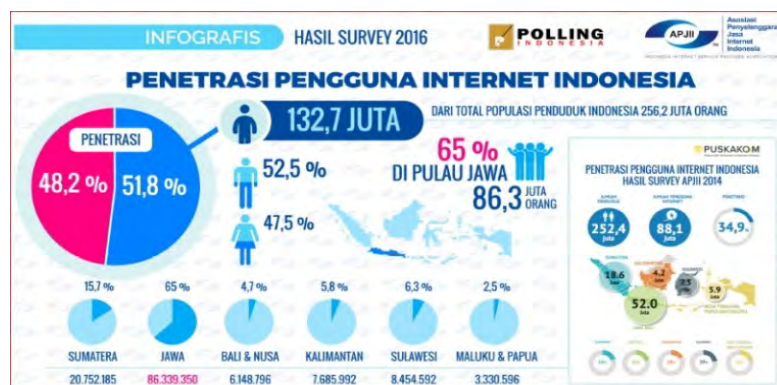
Kata Kunci : Strategi, Pengembangan, Bisnis Online, Arang Putih

Abstract- This study aims to examine internal and external factors that can support or inhibit the development of CV. Satojo Anugerah Sukses, in accordance with the SWOT analysis, then determine the strategy related to the development of white charcoal through online business to increase exports in the global era. This research uses qualitative approach and data used in the form of secondary and primary data. The findings of this study indicate that CV. Satojo Anugerah Sukses has many potentials that can support the sale of its products mainly by using online media in its marketing, CV. Satojo has raw material resources to make white charcoal also a supporting factor. the threat of depletion of raw materials, lost goods due to shipments, labor strikes, exchange rate of Rupiah strengthened, new competitors, natural disasters are also a factor inhibiting the development of CV. Satojo Anugerah Sukses.

Keywords: Strategy, Development, Online Busines, White Charcoal

PENDAHULUAN

Perdagangan Internasional atau yang sering disebut perdagangan ekspor impor dapat memberikan banyak manfaat. Pada dasarnya perdagangan internasional terjadi karena adanya faktor permintaan dan penawaran. Di era perdagangan bebas saat ini banyak perusahaan domestik maupun luar negeri bersaing memasuki dan merambah pasar internasional. Hal ini juga dipengaruhi oleh belum stabilnya keadaan ekonomi dalam negeri yang berdampak pada fluktuasi nilai tukar (kurs) rupiah yang rendah dalam pasar valuta asing. Tujuan perusahaan pada umumnya adalah mencari keuntungan sebesar-besarnya. Agar hasil penjualan tersebut dapat maksimal, maka perusahaan harus gencar dalam pemasarannya. Pemasaran tidak akan berjalan sesuai dengan rencana perusahaan, apabila mengabaikan faktor utama yaitu promosi dalam memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada calon pembeli. Sekarang ini berjuta-juta pengguna internet berdatangan ke jaringan *internet* setiap bulannya. Hasil riset dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) telah mengumumkan hasil survei Data Statistik Pengguna *Internet* Indonesia tahun 2016. Berikut adalah Data Statistik Penggunaan *Internet* di Indonesia ini ditunjukkan dalam Gambar 1.



Gambar 1
Data Pengguna Internet Indonesia tahun 2016

Pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah pengguna *internet* di Indonesia tahun 2016 adalah 132,7 juta *user* atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta. Pengguna *internet* terbanyak ada di pulau Jawa dengan total pengguna 86.339.350 *user* atau sekitar 65% dari total penggunaan *internet*. Pengguna *internet* tersedikit atau terkecil ada di daerah Maluku dan Papua yaitu 2,5% dari total jumlah penduduk di Indonesia. Dilihat berdasarkan jenis kelaminnya, pengguna *internet* terbanyak di Indonesia adalah pria yaitu sekitar 52,5% dari jumlah penduduk Indonesia dan yang kedua adalah wanita yaitu sekitar 47,5%. Jika dibandingkan penggunaan *internet* Indonesia pada tahun 2014 sebesar 88,1 juta *user*, maka terjadi kenaikan sebesar 44,6 juta dalam waktu 2 tahun (2014 – 2016).

Tidak sedikit perusahaan dan UKM yang dapat mengeruk keuntungan dari pelanggan yang dijangkau lewat *internet* walaupun tanpa memiliki sistem bisnis *internet* yang rumit dan mahal. Apabila suatu perusahaan ingin mencapai target dengan hasil penjualan yang maksimal dari pangsa pasar, khusus pasar berbahasa Inggris, maka potensi besarnya pasar mencapai 80%. Banyak negara (26 negara) memiliki pengguna *internet* lebih dari 25% dan umumnya negara – negara yang memiliki pengguna *internet* yang cukup tinggi sudah terbiasa dengan belanja secara *online* dan melakukan pembayaran secara *online* pula. (<http://www.bjoconsulting.com>)

UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan ASEAN. Sekitar 88,8-99,9% bentuk usaha di ASEAN adalah UMKM dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 51,7-97,2%. Oleh karena itu, kerjasama untuk pengembangan dan ketahanan UMKM perlu diutamakan. Saat ini tidak hanya barang- barang *fashion*, kecantikan, barang- barang kebutuhan rumah tangga saja yang bisa dipromosikan dan dijual melalui *online*, barang- barang hasil bumi yang sudah diolah juga bisa dipasarkan melalui *online*. *Binchotan* atau yang dikenal dengan istilah arang putih saat ini juga sudah merambah untuk melakukan promosi di dunia *online*. Saat ini arang putih sulit untuk didapatkan dan ketersediaan bahan bakunya minim. *Binchotan* merupakan

arang yang dibuat dari pohon- pohon besar dan mempunyai kayu yang keras. Pohon yang digunakan untuk membuat arang ini adalah *Pohon Ek* atau *Pohon Oak*.

Di Indonesia, tidak banyak perusahaan yang menjual arang jenis ini. Hal ini disebabkan proses produksi yang tidak mudah. Pemanfaatan arang jenis ini sangat bervariasi dan permintaan untuk arang jenis ini cukup banyak. Belum semua perusahaan- perusahaan yang menjual arang putih ini mengenal promosi melalui media *online* dan melakukan pemaksimalan penjualan melalui media yang mendunia ini. Data perkembangan ekspor Indonesia berdasarkan beberapa sektor industri yang ada pada tahun 2016 menunjukkan bahwa Industri Kayu, Barang dari kayu, dan sejenisnya memiliki peranan 3,41%. (kemenperin.go.id)

Produk arang putih masih memiliki peranan yang cukup sedikit dibandingkan industri lainnya, hal itu karena tingkat kesulitan dalam proses memproduksi arang putih. Sebenarnya produk arang putih ini dapat memberikan keuntungan yang luar biasa. CV. Satojo merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi dan menjual arang putih di Indonesia yang melakukan ekspor ke beberapa negara di Asia, berdasarkan *rate* harga di *website Alibaba.com*, perusahaan ini merupakan perusahaan yang menjual arang putih dengan harga yang paling murah di antara perusahaan- perusahaan lain dari Indonesia namun masih belum mampu dalam mempromosikan arang putih mereka secara maksimal. (woodcharcoalbbq.com).

Perkembangan ekspor arang putih di Indonesia dari tahun- ke tahun mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Tahun 2014 jumlah total ekspor arang putih Indonesia sebesar 24.284.076, pada tahun 2015 jumlah ekspor arang putih mengalami kenaikan sebesar 7.238.289 dibanding tahun 2014, dan pada tahun 2016 jumlah total ekspor arang putih Indonesia sebesar 47.386.802. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1. (data disajikan dalam US \$)

Tabel 1
Pemantauan Ekspor Sub Kelompok Hasil Industri Arang Kayu/Tempurung Kelapa

No.	Kode HS	Nama Komoditi	2014	2015	2016	Trend
1.	4402100000	White Charcoal	24.284.076	31.522.365	47.386.802	39,69%

Sumber : kemenperin.go.id (2017)

Berdasarkan data yang diperoleh dari data internal CV. Satojo Anugerah Sukses, pada tahun 2016 perusahaan ini dapat mengekspor arang putih sebanyak 1.650.000 (dalam US \$), itu artinya pada tahun 2016 CV. Satojo Anugerah Sukses mengambil bagian sekitar 3% dari total ekspor arang putih Indonesia. Berdasarkan latar belakang di atas, hal yang dapat dikaji untuk mendalami tentang bagaimanakah strategi promosi ekspor arang putih dalam pemasaran internasional pada CV. Satojo Anugerah Sukses. PT. Satojo Anugerah Sukses saat ini masih memiliki strategi pemasaran dalam *E-Commerce* yang masih jauh dari maksimal. Dengan harga murah yang menjadi daya tarik konsumen terhadap perusahaan ini, seharusnya perusahaan ini dapat menonjol di era global.

Berdasarkan latar belakang masalah yang menunjukkan strategi promosi dalam memasuki pasar internasional, maka dapat dirumuskan masalah : “Bagaimanakah strategi bisnis *online* yang dilakukan CV. Satojo Anugerah Sukses agar dapat meningkatkan ekspornya di era global?”

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui cara strategi promosi yang dilakukan CV. Satojo Anugerah Sukses dalam memasuki pasar internasional.
2. Untuk mengetahui cara CV. Satojo Anugerah Sukses dalam memanfaatkan teknologi informasi agar dapat bersaing di pasar internasional.

3. Untuk mengetahui strategi bisnis *online* yang dilakukan CV. Satojo Anugerah Sukses agar dapat meningkatkan ekspor Indonesia

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan salah satu metode untuk mendapatkan gambaran mengenai pondasi penelitian, paradigma penelitian, perumusan masalah, tahap-tahap penelitian, teknik penelitian, kriteria dan teknik pemeriksaan data dan analisa dan penafsiran data (Moleong, 2013). Sedangkan jenis penelitian yang akan digunakan adalah jenis deskriptif kualitatif melalui tahapan kegiatan pengambilan data dengan menggunakan metode pengambilan data primer melalui observasi langsung dan wawancara pada pemilik perusahaan. Sesuai dengan rancangan penelitian maka tahapan kegiatannya adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara. Jawaban dari informan akan meliputi hal-hal yang terkait dengan proses bisnis yang dijalankan oleh CV. Satojo Anugerah Sukses. Selain data primer, terdapat data sekunder yang merupakan sumber data yang secara tidak langsung diberikan data kepada pengumpul data, seperti dokumentasi (Sugiyono, 2012). Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder berupa dokumen-dokumen yang diberikan oleh CV. Satojo, meliputi: dokumen/arsip perusahaan, profil perusahaan.

2. Pengolahan Data

Data yang berhasil dikumpulkan, selanjutnya dikelompokkan dan dimasukkan kedalam matriks SWOT. Setelah itu akan dilakukan analisis menggunakan metode analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, dan threat*), lalu dari hasil analisis SWOT tersebut, dapat dikembangkan beberapa alternatif strategi dengan menggunakan matrik SWOT.

3. Analisis Data

Data yang telah terkumpul kemudian dilakukan kompilasi untuk dianalisis secara deskriptif dan tabuler. Hasil reduksi tersebut selanjutnya akan ditampilkan dalam bentuk teks naratif dan tabel matriks, yang kemudian akan diinterpretasikan untuk memperoleh kesimpulan sementara. Kesimpulan sementara itu selanjutnya akan diverifikasi menggunakan kriteria keabsahan data yang meliputi kredibilitas, ketergantungan, keteralihan, dan kepastiannya untuk menjadi kesimpulan tetap dan dapat digunakan untuk menyusun saran dan rekomendasi.

4. Teknis Analisis

Teknik analisis data dalam penelitian ini dengan teknik analisis deskriptif. Teknik analisa deskriptif adalah dengan mendeskripsikan strategi bisnis yang digunakan UMKM melalui model bisnis *online* untuk melakukan pemasaran produk secara internasional guna meningkatkan ekspor di Indonesia.

5. Keabsahan Data

Keabsahan data dapat peneliti cek menggunakan teknik Reduksi dan Triangulasi. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kegiatan reduksi data berlangsung terus-menerus, terutama selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung atau selama pengumpulan data. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadi tahapan reduksi, yaitu membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, dan menulis memo.

6. Kompilasi dan Analisis Data

Data yang telah berhasil dikumpulkan kemudian akan dilakukan kompilasi untuk dianalisis secara deskriptif dan tabuler. Hasil reduksi tersebut selanjutnya akan disajikan dalam bentuk teks naratif serta tabel matriks, yang akan diinterpretasikan untuk memperoleh kesimpulan sementara. Kesimpulan sementara tersebut akan diverifikasi menggunakan kriteria keabsahan data yang meliputi kredibilitas, ketergantungan, keteralihan, dan kepastiannya untuk

diperoleh kesimpulan tetap dan digunakan untuk menyusun saran dan rekomendasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

CV. Satojo Anugerah Sukses merupakan suatu perusahaan yang melakukan ekspor dibidang sumber daya alam yang sudah dikelola yaitu arang putih atau *white charcoals* atau juga yang sering disebut orang Jepang dengan istilah *Bincho-tan*. Berdasarkan hasil wawancara dengan sang pemilik perusahaan, perusahaan ini merupakan salah satu UMKM di Surabaya yang berdiri sejak 21 April 2009 dengan jumlah keseluruhan total tenaga kerja saat ini 10 orang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik perusahaan, CV. Satojo Anugerah Sukses yang berkantor pusat di Jl. Kris Kencana Sari Timur D8 Surabaya ini melakukan proses produksi di kota Bondowoso. Mereka memilih kota Bondowoso karena bahan baku utama mereka yaitu kayu hutan dirasa mudah di dapat di sana karena mereka memiliki izin legal lahan yang cukup luas sebanyak 10 hektar untuk melakukan penanaman pepohonan dan sebagian lagi digunakan untuk tempat produksi. Disamping itu, apabila proses produksi dilakukan dikota besar, akan menimbulkan polusi udara. CV. Satojo Anugerah Sukses memberi label produk mereka dengan merk OEM.

Saat ini di Indonesia tidak lebih dari 12 perusahaan yang memproduksi dan menjual arang putih. Rata- rata perusahaan lain yang menjual arang putih berasal dari Kalimantan tepatnya dari Banjarmasin, Pangkalanbun, Jakarta, Surabaya, dan Sumatera Selatan. Berikut ini adalah daftar Perusahaan Arang Putih di Indonesia :

Tabel 1
Daftar Perusahaan Arang Putih di Indonesia pada *Alibaba.com*

No.	Nama Perusahaan	Lokasi	Kapasitas Produksi	Harga/ ton (dalam USD)
1.	CV. Rejo Abadi	Pangkalanbun	100 Ton	1.488

2.	CV. Rahmanto Borneo Banjarmasin	Banjarmasin	200 Ton	1.063
3.	CV. Karya Alam Gemilang	Banjarmasin	100 Ton	1.227
4.	Lavcal Charcoal	Surabaya	200 Ton	1.278
5.	CV. Charcoal Indonesia	Pangkalanbun, Palembang, Medan	120 Ton	1.182
6.	PT. Ciptamas Bumi Subur	Sumatera Selatan	200 Ton	1.316
7.	CV. Nusa Alam Gemilang	Banjarbaru	100 Ton	1.045
8.	CV. Putra Selo Sejati	Grobogan	40 Ton	1.192
9.	CV. Elvatara Indojoya	Kalimantan Selatan	100 Ton	1.165
10.	Hendri Agriculutre	Jakarta	60 Ton	1.211
11.	PT. Staronia Gemilang Indonesia	Surabaya	180 Ton	1.230
12.	CV. Satojo Anugerah Sukses	Surabaya	100 Ton	1.000

(Sumber : Alibaba.com, 2017)

Berdasarkan wawancara dengan pemilik perusahaan, hingga tahun 2017 ini CV. Satojo Anugerah Sukses tidak hanya melakukan pemasaran secara *offline* saja seperti melalui *mouth to mouth*, relasi, dan pameran- pameran internasional. CV. Satojo Anugerah Sukses sudah mengembangkan bisnisnya melalui beberapa media sosial yang saat ini sedang *booming*, pelaksanaan pemasaran dalam media sosial dirasa masih belum optimal dan maksimal sehingga masih dibutuhkan strategi- strategi baru untuk terus merambah pemasaran secara global. Berdasarkan pada usaha tentang kekuatan (S), kelemahan (W) , peluang (O), dan ancaman (T) yang dihadapi CV. Satojo Anugerah Sukses dapat disajikan dalam bentuk matriks SWOT yang berisi

poin- poin penting untuk masing- masing unsur SWOT sebagai strategi yang akan/ dapat diambil oleh CV. Satojo Anugerah Sukses. Hal ini tersaji pada

Tabel 2
Hasil Analisis Matriks SWOT

<p>Internal External</p>	<p>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya produksi rendah. 2. Menjamin kualitas bahan baku. 3. Memiliki konsumen tetap. 4. Harga jual murah. 5. Pemasaran melalui internet. 6. Pesaing sedikit. 	<p>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelolaan pemasaran belum maksimal. 2. promosi <i>door to door</i> sehingga biaya yang dikeluarkan besar. 3. Cara pembayaran kurang bervariasi. 4. <i>Quality control</i> akhir dilakukan dengan cara <i>random</i>.
<p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kegunaan arang putih yang semakin bervariasi. 2. Potensi di Asia masih besar. 3. Mendapat konsumen lebih banyak lewat <i>E-Commerce</i>. 4. Membuat <i>Website</i> perusahaan. 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki Sumber bahan baku sehingga dapat memproduksi sebanyak- banyaknya. 2. Pengembangan pemasaran melalui <i>E-commerce</i> dimaksimalkan (<i>Alibaba, Website, dll</i>). 3. Pesaing yang sedikit memberikan peluang untuk mendapatkan konsumen lebih banyak. 4. Harga jual yang murah mampu mendongkrak penjualan seiring dengan kegunaan arang putih yang semakin bervariasi. 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan cara pembayaran yang bervariasi. 2. Mengurangi promosi <i>door to door</i> dengan memaksimalkan promosi <i>online</i> yang biayanya lebih murah. 3. Mencari alternatif lain dalam melakukan <i>Quality Control</i> sehingga kualitas hasil produksi bisa merata.

Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku habis. 2. Barang hilang akibat pengiriman. 3. Pemogokkan tenaga kerja. 4. Warga masyarakat sekitar. 5. Nilai tukar rupiah. 6. Pesaing baru. 7. Bencana alam. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga sumber daya dengan selalu melakukan penanaman kembali. 2. Menjaga hubungan baik dengan tenaga kerja dan masyarakat sekitar. 3. Mengasuransikan barang- barang yang akan dikirim. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun sistem kerja yang lebih terstruktur dan rapi, baik dengan cara menambah tenaga kerja maupun memberikan pelatihan kepada tenaga kerja agar lebih terampil. 2. Tetap menjaga mutu agar konsumen tidak beralih ke perusahaan lain. 3. Menjaga hubungan baik dengan para pekerja dan masyarakat sekitar agar tidak ada pihak yang dirugikan.

Sumber : Hasil Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada Tabel 4.5, maka kebijakan yang harus diambil oleh CV. Satojo Anugerah Sukses untuk mengembangkan perusahaannya adalah :

1. Membuat kapasitas produksi yang lebih besar agar dapat menjual produk arang putih lebih banyak.
2. Mengembangkan pemasaran melalui *E-Commerce* yang sudah ada dengan merapikan, melengkapi, memperbanyak foto produk agar lebih menarik dan kelihatan lebih profesional.
3. Menyediakan cara pembayaran yang lebih banyak, tidak hanya melalui transfer bank, tapi juga melalui rekening bersama agar konsumen merasa aman.
4. Menjaga sumber daya alam agar tetap mendapatkan bahan baku sehingga proses produksi dapat terus berlangsung.
5. Menjalani hubungan baik dengan para pekerja dan masyarakat sekitar.

6. Selalu menjaga mutu produk dengan meningkatkan cara yang lebih efektif dalam proses *quality control*.
7. Mengasuransikan barang- barang yang akan dikirim, untuk meminimalisasikan kerugian yang akan terjadi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, dengan menggunakan metode analisis SWOT, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor internal yang dapat mendukung pengembangan bisnis pada CV. Satojo Anugerah Sukses untuk dapat meningkatkan ekspornya yaitu kekuatan (*strengths*), antara lain :
 - a. Dapat memproduksi arang putih dengan biaya produksi yang relatif rendah.
 - b. Dapat menjamin kualitas bahan baku yang akan digunakan.
 - c. Telah memiliki konsumen tetap dari beberapa negara.
 - d. Menjual hasil produksi mereka dengan harga yang relatif murah.
 - e. Memasarkan produknya melalui media sosial (*internet*) seiring dengan perkembangan jaman.
 - f. Tidak banyak pesaing yang menjual arang putih.
2. Faktor internal yang dapat menghambat pengembangan bisnis pada CV. Satojo Anugerah Sukses untuk dapat meningkatkan ekspornya yaitu kelemahan (*weakness*), antara lain :
 - a. Belum maksimal dalam pengelolaan pemasaran produk.
 - b. Biaya yang besar untuk promosi *door to door*.
 - c. Cara pembayaran yang kurang bervariasi, hanya melalui *transfer bank*.

- d. *Quality Control* pada produk akhir yang dilakukan dengan cara *random* sehingga kualitas satu dengan yang lain belum merata.
3. Faktor eksternal yang dapat mendukung pengembangan bisnis pada CV. Satojo Anugerah Sukses untuk dapat meningkatkan ekspornya yaitu peluang (*opportunities*), antara lain :
 - a. Kegunaan arang putih yang semakin bervariasi sehingga tingkat permintaan akan semakin meningkat.
 - b. Potensi untuk merambah pasar di Asia masih sangat besar.
 - c. Peluang untuk memperoleh konsumen lebih banyak melalui *E-Commerce*.
 - d. Membuat *website* perusahaan. Perusahaan yang menggunakan *website* dalam memasarkan produknya memiliki peluang yang lebih tinggi untuk menarik perhatian buyer dari luar negeri.
4. Faktor eksternal yang dapat menghambat pengembangan bisnis pada CV. Satojo Anugerah Sukses untuk dapat meningkatkan ekspornya yaitu ancaman (*threats*), antara lain :
 - a. Kebakaran hutan yang dapat menyebabkan kesulitan dalam mendapatkan bahan baku.
 - b. Cuaca buruk saat pengiriman menggunakan jalur laut akan menyebabkan resiko keterlambatan datang, atau bahkan kehilangan dan kerusakan barang.
 - c. Pemogokan tenaga kerja.
 - d. Masyarakat sekitar yang tidak suka dengan keberadaan perusahaan atau perasaan iri.
 - e. Nilai tukar rupiah.
 - f. Munculnya pesaing- pesaing baru baik dari dalam maupun luar negeri.
 - g. Terjadi bencana alam.
5. Dirumuskan beberapa strategi berdasarkan hasil analisis SWOT :

- a. Strategi SO (*Strengths and Opportunities*) : memproduksi arang putih dalam quota yang cukup besar dan menjual arang dengan harga yang murah dengan menekan biaya produksi.
- b. Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*) : menyediakan metode pembayaran yang lebih bervariasi melalui *Paypal*, *Western Union*, mengurangi promosi *door to door* dengan memaksimalkan promosi *online* yang biayanya lebih murah, dan mencari alternatif lain dalam melakukan *quality control* sehingga kualitas produk bisa merata.
- c. Strategi ST (*Strengths and Threats*) : menjaga kelestarian sumber daya alam dengan melakukan penanaman kembali, menjaga hubungan baik dengan para pekerja dan masyarakat sekitar, dan mengasuransikan barang- barang yang akan dikirim kepada pembeli di luar negeri.
- d. Strategi WT (*Weaknesses and Threats*) : membangun sistem kerja yang lebih terstruktur dan rapi serta tetap menjaga mutu produk dan meningkatkan pelayanan agar konsumen tidak beralih ke perusahaan lain.

Saran yang dapat diberikan kepada CV. Satojo Anugerah Sukses antara lain :

1. Mengembangkan pemasaran melalui *E-Commerce* secara maksimal (*Alibaba*, *Website*, dan lain- lain) sehingga perusahaan dapat bersaing di era global yang sedang berlangsung saat inidan mengurangi cara pemasaran yang memakan biaya yang cukup besar untuk mengurangi biaya pemasaran.
2. Menyediakan cara pembayaran yang lebih bervariasi tidak hanya melalui *Transfer Bank* ke *OCBC Bank* saja, tapi juga melalui *Western*

Union, Paypal, dn lain- lain.

3. Melakukan *Quality Control* dengan cara yang lebih efektif agar kualitas tiap produk merata.
4. Menjaga sumber daya yang ada demi kelangsungan proses produksi dengan melakukan penanaman kembali secara berkala.
5. Mengasuransikan barang- barang yang akan dikirim untuk meminimalisasikan kerugian yang terjadi apabila adanya bencana yang tidak terduga.
6. Selalu menjaga hubungan baik dengan para pekerja dan masyarakat sekitar demi kelancaran perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Chandra dan Hermawan, Dadang. 2013. *E-Business & E- Commerce*. Yogyakarta : Andi.
- Alexander F.K.Sibero. 2011. *Kitab Suci Web Programming*, Yogyakarta: Mediakom
- Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amir, MS, 2001, *Seluk Beluk dan Teknik Perdagangan Luar Negeri*, Jakarta : PPM
- Amir, MS, 2010, *Kontrak Bisnis Ekspor Impor*, Jakarta : PPM
- Budiarto, Teguh dan Fandy Ciptono. 2007. *Pemasaran Internasional*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Chaffey, D., 2009, *E-Business and E-Commerce Management : Strategy, Implementation and Practice*, 4th edition, Prentice Hall.
- David, Fred, R. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*, Edisi 12, Jakarta: Salemba Empat

- Doole and Lowe, 2008, *International Marketing Strategy*. Fifth Edition, Canada : Nelson Education Ltd.
- Ekber Akgun, Ali, dkk. 2014, *Standardization and Adaptation of International Marketing Mix Activities*, Turkey :Elsevier Ltd.
- Ghauri and Philip, 2009, *International Marketing*, Great Britain, UK : Edinburgh Business School
- Goodluck Charles and Wineaster Anderson, 2016, *International Marketing, Theory and Practice from Developing Countries*, cetakan British Library, UK : Cambridge Scholars Publishing
- Hidayat, Taufik, 2008, *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*, Jakarta: Mediakita
- Hunger, J.D. dan Wheelen, T.L. (2012). *Strategic Management and Bussiness Policy: Toward Global Sustainability* (13th Edition). New York: Pearson.
- Jony Wong. 2010. *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Jorfi, H, Yaccob, H.F and Shah, I.M. 2011. *Emotional Intelligence: The Relationship Between Self-Regard and Communication Effectiveness*. *World Academy of Science, Engineering and Technology* 45. 215-221
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2009, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, jilid 2; Edisi Bahasa Indonesia terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 2012, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Buku Dua, Edisi Pertama, Yogyakarta: Andy

- Moleong, Lexy.J., 2013, *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung : Rosdakarya.
- Pearce II, John A. dan Robinson Richard B.Jr., 2008, *Manajemen Strategis 10*. Jakarta: Salemba Empat
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. GramediaPustakaUtama
- Rangkuti, Freddy. 2013. *AnalisisSWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono, 2012, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Waluyo, Indarto dan Subroto J. 2007. *Ekonomi Kontekstual: Untuk SMA & MA Kelas XI*. Surakarta: Mediatama.
- Amadea, Azalia. 23 April 2016. ***Ini Rahasia Kelezatan Makanan Panggang Jepang***. <https://www.money.id/food/ini-rahasia-kelezatan-makanan-panggang--160423b.html> diakses 18 mei 2017diakses tanggal 17 mei 2017
- Ardanclassic. November 2016. *Pecahkan Rekor, Transaksi Alibaba Sehari Capai Rp 238 Triliun!* <https://www.kreasitekno.com/rekor-transaksi-alibaba-sehari-rp-238-triliun/> diakses tanggal 18 mei 2017
- Dewi. 2013. *Strategi Pengembangan Ekspor Kopi Arabika (Coffea Arabica) Sumatera Utara (Studi Kasus: Kota Medan)*. <https://media.neliti.com/media/publications/15130-ID-strategi-pengembangan-ekspor-kopi-arabika-coffee-arabica-sumatera-utara-studi-ka.pdf>. Diakses tanggal 18 Mei 2017.

- Harjono. 2009. *Mendayagunakan Internet*, <http://harjono.dagdigdug.com/> diakses tanggal 18 Mei 2017
- Hestanto, 29 Oktober 2016. *Teori Online Shop Menurut Beberapa Ahli*.
<https://www.hestanto.web.id/online-shop/> diakses tanggal 30 Mei 2017.
- Ismi,2014. *STRATEGI PEMASARAN KERAJINAN BUAH KERING UNTUK MENINGKATKAN NILAI EKSPOR PADA UD. INDO NATURE, LOMBOK,NTB*.<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/462> diakses tanggal 18 Mei 2017.
- Kho, Budy. 2016. *Pengertian Dan Contoh Analisis SWOT*.
<http://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-contoh-analisis-swot/>
[Diakses tanggal 10 Mei 2017.](http://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-contoh-analisis-swot/)
- Putri, Rinella. 2013. Analisa Five Forces Porter yang Powerful (Pengertian Analisa SWOT). Diambil dari: <http://blj.co.id/2009/05/13/analisa-five-forces-porter-yang-powerful-2/> diakses tanggal 18 Mei 2017.
- Riadi, Muchlisin. 2008. *Perdagangan Elektronik (E-Commerce)*.
<http://www.kajianpustaka.com/2013/04/perdagangan-elektronik-e-commerce.html> diakses tanggal 30 Mei 2017.
- Riadi, Muchlisin. 19 September 2010. *Strengts, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT)*. <http://www.kajianpustaka.com/2013/03/strengts-weakness-opportunities.html>. Diakses tanggal 15 Mei 2017.
- Riadi, Muchlisin. 2012.*Manajemen dan Konsep Pemasaran*.
<http://www.kajianpustaka.com/2013/11/manajemen-dan-konsep-pemasaran.html> diakses tanggal 30 Mei 2017

Rizal, Santo. 27 Maret 2017. ***Tantangan Ekonomi 2017.***

<https://www.pressreader.com/indonesia/kompas/20170327/281590945395364> diakses tanggal 17 mei 2017

SEO, Isparmo. 21 November 2016. ***Data Statistik Pengguna Internet Indonesia***

Tahun 2016. <http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/> diakses tanggal 30 Mei

Ubay, 29 Febuari 2016. ***9 Pengertian Jaringan Internet Menurut Para***

Ahli. <http://www.seputarpendidikan.com/2016/02/9-pengertian-jaringan-internet-menurut-para-ahli.html> diakses tanggal 30 Mei 2017

Wulandari, Isna. ***Membuat Analisis SWOT: Pengertian, Manfaat dan Contoh***

Penerapannya. <http://centrausaha.com/analisis-swot/> **Diakses tanggal 10 Mei 2017.**