

SKRIPSI YOGAA SAPUTRA Agribisnis.pdf

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN ARANG TEMPURUNG
KELAPA CV. BARA CHARCOAL DI DESA
PANGKALAN 7 KECAMATAN TEMPULING**



**YOGA SAPUTRA
201201010011**

**6
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI
TEMBILAHAN
2026**

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN ARANG TEMPURUNG
KELAPA CV. BARA CHARCOAL DI DESA
PANGKALAN 7 KECAMATAN TEMPULING**



**YOGA SAPUTRA
201201010011**

6

***Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian Pada Program Studi Agribisnis***

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI
TEMBILAHAN
2026**

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN ARANG TEMPURUNG KELAPA BARA
CV. CHARCOAL DI DESA PANGKALAN 7 KECAMATAN
TEMPULING**

OLEH

**YOGA SAPUTRA
201201010011**

36

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian Pada Program Studi Agribisnis*

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

**Nina Sawitri, S.Si, M.Si
NIDN. 1026098601**

6
**Partini, SP. M.Si
NIDN. 1012128303**

**Tembilahan, 28 Januari 2026
Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Islam Indragiri**

Ketua Program Studi Agribisnis

**Andi Yusapri, S.Pi, M.Si
NIDN. 1023037101**

**Nina Sawitri, S.Si, M.Si
NIDN. 1026098601**

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN ARANG TEMPURUNG KELAPA BARA CV. CHARCOAL DI DESA PANGKALAN 7 KECAMATAN TEMPULING

OLEH

YOGA SAPUTRA
201201010011

6

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Pada tanggal 28 Januari 2026 serta dinyatakan lulus dan disetujui Sebagai syarat
kelengkapan jenjang studi Strata Satu (S-1)
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Indragiri

Susunan Dewan Penguji

Ketua : Nina Sawitri, S.Si, M.Si (.....)
NIDN. 1026098601

Sekretaris : Partini, SP, M.Si (.....)
NIDN.1012128303

Anggota : 1. Gunawan Syahrantau, SP, M.MA (.....)
NIDN. 1027118203

: 2. Yuslizar, SP, M.MA (.....)
NIDN. 1013028201

: 3. Yeni Afiza, SP, M.Si (.....)
NIDN. 1007048701

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
persyaratan Untuk memperoleh gelar Sarjana
Tanggal 28 Januari 2026

Pengelola Program Studi Agribisnis

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Yoga saputra adalah mahasiswa Agribisnis angkatan tahun 2020. Yoga Saputra²⁴ merupakan putra ke dua dari dua bersaudara dari pasangan bapak Kamrus dan ibu Atik. Yoga Saputra lahir di Desa Kotabaru Seberida pada tanggal 20 Januari 2003, email Yoga Saputra adalah kelambu750@gmail.com. Yoga Saputra memulai pendidikan SD Negeri 002 Kotabaru Seberida Kecamatan Keritang pada tahun 2008. Kemudian Yoga Saputra melanjutkan pendidikan SMP 1 Keritang Kotabaru Kecamatan Keritang pada tahun 2014 dan dilanjutkan sekolah SMA Negeri 1 Keritang Kecamatan Keritang pada tahun 2017 hingga lulus pada tahun 2020. Setelah lulus SMA Yoga Saputra melanjutkan pendidikan S1 pada tahun 2020 dengan¹ program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Indragiri (Unisi) Tembilahan. Selanjutnya Yoga Saputra dinyatakan lulus ujian pada bulan Januari 2026 dengan judul skripsi “**Strategi Pengembangan Arang tempurung Kelapa Cv. Bara Charcoal Di Desa Pangkalan7 Kecamatan Tempuling**”⁵ di bawah bimbingan ibu Nina Sawitri,S.Si,M.Si dan ibu Partini,SP,M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yoga Saputra

Nim : 201201010011

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di Perguruan Tinggi manapun. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Tembilahan, 28 Januari 2026

Yang membuat pernyataan,

YOGA SAPUTRA

ABSTRAK

Yoga Saputra Nim 201201010011, Strategi Pengembangan Arang Tempurung Kelapa Di Desa Pangkalan 7 Kecamatan Tempuling, dibawah bimbingan ibu Nina Sawitri, S.Si.M.Si dan ibu Partini,SP,M.Si. Penelitian ini dilakukan pada bulan oktober 2025 hingga januari 2026 di Desa Pangkalan 7 Kecamatan Tempuling Kabupaten Indragiri Hilir.

Arang tempurung kelapa merupakan salah satu produk turunan kelapa yang banyak di olah untuk menambah pendapatan, pemanfaatan arang tempurung kelapa sebagai bahan bakar yaitu arang bakar. Sementara itu, arang yang melalui proses pengaktifan dapat memiliki fungsi yang beragam, termasuk untuk kesehatan, pertanian, dan kecantikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan arang tempurung kelapa di desa pangkalan 7 kecamatan tempuling. Analisis data yang digunakan adalah analisis IFAS, EFAS, IE, SWOT. Hasil penelitian menunjukan bahwa (1) hasil matriks IFE diperoleh total skor internal sebesar 3,58. (2) matriks EFE dengan total eksternal sebesar 3,7. (3) Matriks IE berada pada sel I, dengan strategi tumbuh dan berkembang. (4) SWOT menghasilkan beberapa alternatif yang dapat digunakan dalam pengembangan arang tempurung kelapa di Desa Pangkalan 7 Kecamatan Tempuling. Hal ini menunjukkan bahwa strategi Grow and Build yaitu strategi yang fokus pada pertumbuhan dan eskansi bisnis yang kuat dan berkelanjutan.

1

Kata kunci : Arang tempurung kelapa, Strategi, IE, SWOT

ABSTRACT

Yoga Saputra 201201010011, Coconut Shell Charcoal Development Strategy in Pangkalan 7 Village, Tempuling District, under the guidance of Mrs. Nina Sawitri, S.Si.M.Si and Mrs. Partini,SP,M.Si. This research was conducted in October 2025 to January 2026 in Pangkalan 7 Village, Tempuling District, Indragiri Hilir Regenc¹

Coconut shell charcoal is one of the coconut derivative products that are widely processed to increase income, the use of coconut shell charcoal as fuel, namely charcoal. Meanwhile, charcoal that goes through an activation process c¹ have various functions, including for health, agriculture, beauty. The purpose of this study was to formulate a coconut she⁸ charcoal development strategy in Pangkalan 7 Village, Tempuling District. The data analysis used was IFAS, EFAS, IE, SWOT analys⁵² The results of the study showed that (1) the results of the IFE matrix obtained a total internal score of ⁷⁵58. (2) the EFE matrix with a total external score of 3.7. (3) The IE matrix is in cell I, with a growth ¹ and development strategy. (4) The SWOT analysis yielded several alternatives that can be used in the development of coconut shell charcoal in Pangkalan 7 Village, Tempuling District. This shows that the Grow and Build strategy is a strategy that focuses on strong and sustainable business growth and expansion.

Keywords: Coconut shell charcoal, Strategy, IE, and SWOT Matrix

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul **“Strategi Pengembangan Arang Tempurung Kelapa Cv. Bara Charcoal Di Desa Pangkalan 7 Kecamatan Tempuling”**. Penyusunan ini merupakan salah satu syarat untuk melakukan penelitian pada Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis, Universitas Islam Indragiri.

Shalawat dan salam kita ucapkan untuk junjungan Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliyah ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti sekarang ini. Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih yang tulus di persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, serta karunia-Nya dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Kedua Orang tua dan keluarga besarku yang telah memberikan do'a dan segalanya
3. Bapak Andi Yusapri, S.Pi,M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Indragiri Tembilahan yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
4. Ibu Nina Sawitri, S.Si, M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Indragiri Tembilahan

5. Ibu Nina Sawitri, S.Si, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan kritik dan saran serta meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing penyusunan dan penulisan pekerjaan skripsi ini.

6. Ibu Partini, SP, M.Si Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam membimbing penyusunan dan penulisan pekerjaan skripsi ini.

7. Semua dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran dalam penyempurnaan penyusunan skripsi.

8. Narasumber pemilik Cv. Bara Charcoal Di Desa Pangkalan 7 Kecamatan Tempuling

9. Sahabat-sahabatku yang telah membantu dan teman-teman seperjuangan yang menempuh skripsi semester ini serta Semua Pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang menjadi bagian dari setiap peristiwa yang penulis alami.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya penulis dan seluruh pembaca pada umumnya. Dan semoga Allah SWT memberikan Rahmat serta Hidayah-Nya Kepada kita semua. Aamiin

Tembilahan, 28 Januari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Kelapa	4
2.2 Arang Tempurung Kelapa	5
2.3 Strategi	6
2.4 Analisis Lingkungan Internal	8
2.5 Analisis Lingkungan Eksternal	9
2.6 Matriks IE	9
2.7 Analisis Swot	10
2.8 Penelitian Terdahulu	13
2.9 Kerangka Pemikiran	14
III. METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	17
3.2 Metode Pengumpulan Data	17
3.3 Jenis dan Sumber Data	17
3.4 Metode Pengambilan Sampel	18
3.5 Metode Analisis Data	18
3.6 Konsep Operasional	24
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Deskripsi Daerah Penelitian	27
4.2 Profil Usaha	29

4.3 Identifikasi dan Faktor-Faktor Internal dan Eksternal	32
4.4 Analisis Matriks IFE	37
4.5 Analisis Matriks EFE	38
4.6 Matriks IE	40
4.7 Analisis SWOT	41
V. KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48

DAFTAR TABEL

NO	HALAMAN
1. IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	20
2. EFE (<i>Eksternal Factor Evaluation</i>)	21
3. Identitas Responden CV Bara Charcoal	28
4. Hasil Analisis Matriks IFE	38
5. Hasil Analisis Matriks EFE	39

DAFTAR GAMBAR

NO	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	16
2. Matriks Internal-Eksternal.....	22
3. Matriks SWOT.....	23
4. Proses Pembakaran Arang Tempurung Kelapa.....	31
5. Arang Tempurung Kelapa.....	32
6. Matriks IE Arang Tempurung Kelapa CV Bara Charcoal.....	41
7. Hasil Analisis Matriks SWOT.....	42

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

¹ Kabupaten Indragiri Hilir merupakan salah satu penghasil kelapa terbesar di Provinsi Riau. Luas perkebunan kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir sebesar 341.726 Ha dengan produksi sebesar 361.348 ton (BPS Provinsi Riau, 2020).³⁹ Arang tempurung kelapa merupakan salah satu produk turunan kelapa yang banyak di olah untuk menambah pendapatan. Selain tempurung kelapa biasanya masyarakat membuat arang dengan bahan dasar sisa-sisa kayu dari pembuatan meubel.¹¹ Tempurung kelapa merupakan limbah organik yang⁷ memiliki sifat difusi termal yang baik yang berasal dari tingginya selulosa dan lignin yang terkandung dalam tempurung kelapa. Keberadaan tempurung kelapa yang melimpah baik yang berasal dari limbah rumah tangga maupun dari limbah pertanian dan industri belum dimanfaatkan secara maksimal.

¹¹ Pengolahan tempurung kelapa relatif sederhana dan dapat dilaksanakan oleh usaha-usaha kecil (Said et al., 2001). Komposisi kimia yang terkandung dalam tempurung kelapa yaitu selulosa 26,60% ; pentosan 27,70% ; dan lignin 29,40% yang menjadikan tempurung kelapa berpotensi sebagai salah satu sumber energi alternatif (Tumbel et al., 2019). Pada kehidupan sehari-hari kebanyakan masyarakat memanfaatkan tempurung kelapa sebagai bahan bakar yaitu arang bakar.¹¹ Selain dimanfaatkan sebagai bahan bakar langsung maupun dalam bentuk arang tempurung kelapa juga dapat ditingkatkan kegunaannya pada bidang industri yaitu sebagai bahan absorpsi setelah diubah menjadi arang aktif atau karbon aktif (Christina dan Norce, 2006).

55 Arang tempurung kelapa biasanya dimanfaatkan sebagai bahan bakar, baik dalam bentuk langsung maupun arang bakar. 11 Selain itu, dapat ditingkatkan kegunaannya dalam industri sebagai bahan absorpsi setelah diubah menjadi arang aktif atau karbon aktif (Christina dan Norce, 2006).

Satu-satunya usaha pengolahan arang tempurung kelapa di Kecamatan Tempuling adalah CV Bara Charcoal yang 30 berdiri sejak tahun 2017 dengan jumlah tenaga kerja 4 orang. CV Bara Charcoal memproduksi dua jenis arang yaitu, arang drum dimana pembuatannya dilakukan di dalam drum dan tidak terkontaminasi dengan tanah maupun pasir dan arang asalan dimana arang asalan ini dibakar di atas tanah sehingga kualitas yang didapat pun jauh berbeda. Jumlah produksi sebanyak 20 ton sampai 28 ton per minggu. Selain memproduksi arang tempurung sendiri, CV Bara Charcoal juga membeli tempurung kelapa dan membeli arang yang sudah jadi. Kemudian, arang ini dijual ke luar daerah seperti Tangerang, Bogor dan Jepara.

1 Pengenalan dan pemahaman yang baik terhadap lingkungan internal dan eksternal dalam pengembangan usaha arang tempurunga kelapa diharapkan menghasilkan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha untuk meningkatkan keuntungan dan mengembangkan usaha dimasa yang akan datang. 17 Lingkungan internal terdiri dari kekuatan seperti produk yang berkualitas, Lokasi usaha yang strategis dan usaha memakai modal sendiri sedangkan kelemahan seperti peralatan usaha masih sederhana dan ketergantungan pada musim dan cuaca yang tidak menentu. Lingkungan eksternal yang terdiri dari harga jual tinggi dan stabil dan pemasaran produk yang luas serta ancaman seperti

keterbatasan jadwal pengiriman produk dan hambatan dalam mendapatkan transportasi.

Dari permasalahan-permasalahan tersebut di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul ” Strategi Pengembangan Arang Tempurung Kelapa Bara Cv. Charcoal Di Desa Pangkalan 7 Kecamatan Tempuling”

19

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi dalam pengembangan usaha arang tempurung kelapa Cv. Bara Charcoal Kecamatan Tempuling, Kabupaten Indragiri Hilir?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan usaha arang tempurung kelapa Cv. Bara Charcoal Di Kecamatan Tempuling.

71

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebagai bahan informasi bagi pemerintah dalam mensejahterakan usaha arang tempurung kelapa di Kecamatan Tempuling.
2. Sebagai bahan informasi bagi petani dalam mengembangkan usaha arang tempurung kelapa di Kecamatan Tempuling.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kelapa

Tanaman kelapa adalah tumbuhan jenis palma-palmaan yang paling banyak tersebar di daerah tropis, tumbuhan ini dapat tumbuh pada ketinggian diatas permukaan laut. Tanaman kelapa berbuah setelah 3-4 tahun. Buah kelapa yang normal terdiri dari beberapa bagian : yaitu sabut (eksoparp dan mesokarp), tempurung (endocarp), daging buah (endosperm) dan air kelapa. Minyak kelapa dihasilkan dari daging buah kelapa yang bewarna putih dan lunak (Ketaren,1986)/

15

Kelapa merupakan salah satu keluarga Palmae. Tanaman ini memiliki batang yang lurus dan umumnya tidak bercabang. Tanaman kelapa merupakan tanaman monokotil dengan bentuk akar serabut dan daun yang menyirip. Sedangkan bunga tanaman ini terletak diantara ketiak daunnya yang disebut mayang (Palungkun, 2001). Menurut Harjono (1997) klasifikasi tata nama (sistematika) dari tanaman kelapa sebagi berikut :

Kingdom : Plantae

Divisi : Spermathopyta

Kelas : Monocotyledoneae

Ordo : Arecales

Famili : Arecaceae

Genus : Cocos

Spesies : Cocos Nucifera Linn

23

Kelapa, merupakan tanaman asli yang berasal dari daerah pesisir Asia Tenggara, termasuk Malaysia, Indonesia, dan Filipina. Penyebarannya telah

meluas hingga mencakup wilayah Amerika Latin, Karibia, dan Afrika Tropis. Di ⁶⁸ Indonesia, tanaman kelapa dapat ditemukan hampir di seluruh provinsi.

²³ Pohon kelapa, sebagai tanaman monokotil, memiliki akar adventif atau 'serabut yang tumbuh dari pangkal batang. Secara rata, terdapat sekitar 2000-4000 akar adventif dengan diameter sekitar 1 cm per pohon kelapa. Kedalaman perakaran dipengaruhi oleh karakteristik tanah dan kedalaman air di sekitarnya. Buah kelapa memiliki bentuk bulat dengan komposisi ⁷ 35% sabut, 12% tempurung, 28% daging buah, dan 25% air (Kurniati, 2010).

²⁶ 2.2 Arang Tempurung Kelapa

Arang merupakan produk hasil proses karbonisasi bahan yang mengandung karbon, terutama biomass kayu. Produk ini umumnya digunakan sebagai sumber energi, dengan berbagai kegunaan. Proses pembuatan arang dapat menghasilkan berbagai jenis arang, di antaranya arang biasa yang hasilnya dari pembakaran dan digunakan sebagai sumber energi panas. Sementara itu, arang yang melalui proses pengaktifan dapat memiliki fungsi yang beragam, termasuk untuk kesehatan, pertanian, dan kecantikan ⁹ (Pari et al, 2012).

Arang tempurung kelapa, merupakan produk yang dihasilkan dari pembakaran tidak sempurna terhadap tempurung kelapa. Sebagai bahan bakar, arang memiliki keunggulan dibandingkan kayu bakar, karena memberikan kalor pembakaran yang lebih tinggi dan menghasilkan asap yang lebih sedikit. Arang dapat diubah menjadi briket dalam berbagai bentuk setelah ditumbuk dan dikempa, yang membuatnya lebih praktis digunakan daripada ⁷ kayu bakar. Arang juga dapat diolah lebih lanjut menjadi arang aktif, serta digunakan sebagai bahan pengisi dan pewarna dalam industri karet dan plastik (Hendra, 2007).

2.3 Strategi

Strategi adalah perencanaan induk komprehensif, yang menjelaskan bagaimana usaha akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditentukan sebelumnya. proses penyusunan strategi lebih banyak menggunakan proses analisis (Rangkuti, 2001).

Strategi merupakan tindakan awal yang menuntut keputusan manajemen puncak dan sumberdaya perusahaan yang banyak untuk merealisasikan. Di samping itu strategi juga mempengaruhi kehidupan usaha Tempurung Arang Kelapa dalam jangka panjang paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional dan multidivisional dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal (David, 2004).

Strategi merupakan sarana mencapai tujuan, manfaat strategi adalah untuk mengoptimalkan sumberdaya unggulan dalam memaksimalkan pencapaian sasaran kinerja. Dalam konsep manajemen cara terbaik untuk mencapai tujuan, sasaran dan kinerja adalah dengan strategi memberdayakan sumber daya secara efektif dan efisien. Sebuah usaha dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada melalui suatu perencanaan. Proses analisis, perumusan dan evaluasi disebut perencanaan strategis (Rangkuti, 2001).

Strategi yang mantap dapat dicapai dengan memadukan dan memperhatikan peluang (opportunities) serta ancaman (threats) yang berasal dari lingkungan, baik sekarang maupun ramalan masa depan dengan berbagai kekuatan (strength) dan

kelemahan (weakness). Dalam literatur bisnis, kegiatan ini dianggap sebagai pengenalan situasi yang disebut dengan analisis SWOT.

2.3.1 Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik tergantung kegiatan fungsional manajemen. Sedangkan perencanaan strategis merupakan bagian dari manajemen strategis. Strategi pengembangan usahatani merupakan suatu strategi pembangunan pertanian yang berusaha meningkatkan pendapatan petani dan daya saing komoditas pertanian. Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal usahatani gula merah, menetapkan tujuan jangka panjang usahatani gula merah, membuat strategi alternatif untuk usahatani gula merah dan memilih strategi tertentu untuk digunakan.

2.3.2 Analisis Strategi

Teknik-teknik perumusan strategi yang penting dapat diintegrasikan ke dalam kerangka pembuatan keputusan tiga tahap. Tahap 1 dari kerangka perumusan terdiri dari matriks EFE, matriks EFI, matriks profil kompetitif (Competitive Profil Matriks-CPM) disebut Tahap Masukan (input stage). Tahap meringkas informasi 31 masukan dasar yang diperlukan untuk merumuskan strategi. Tahap 2 disebut Tahap pencocokan (Matching Stage), fokus pada upaya menghasilkan strategi alternatif yang dapat dijalankan (fleksibel) dengan memadukan faktor-faktor eksternal dan internal. Teknik-teknik tahap 2 terdiri dari

matriks Threats Oppoturnities Weaknesses Streghts (TOWS) atau Ancaman Peluang Kelemahan Kekuatan, Matriks BCG (Boston Consulting Group), Matriks Internal Eksternal (IE), dan Matriks Grand Strategy (Strategi Induk). Tahap 3 disebut Tahap Keputusan (Decision Stage), menggunakan satu macam teknik, yaitu Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). QSPM menggunakan informasi masukan dari tahap 1 untuk secara objektif megevaluasi strategi alternatif dapat dijalankan yang diidentifikasi dalam tahap 2 QSPM mengungkap daya tarik relatif dari strategi alternatif dan karena itu menjadi dasar objek untuk memilih strategi spesifik (David, 2004).

² 2.4 Analisis Lingkungan Internal

Lingkungan internal adalah lingkungan usaha Tempurung Arang Kelapayang berada di dalam usaha tempurung arang kelapatersebut ² dan secara normal memiliki implikasi langsung dan khusus pada perusahaan. Di dalam suatu usaha tempurung arang kelapaterdapat kekuatan dan kelemahan dalam berbagai bidang fungsional bisnis, melalui analisis ligkungan internal ² kekuatan dan kelemahan tersebut dapat diidentifikasi dan dievaluasi sehingga perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan dengan cara efektif dan dapat mengatasi kelemahan yang dimilikinya.

Analisis lingkungan internal adalah proses dimana perencanaan strategi mengkaji pemasaran dan distribusi perusahaan, serta faktor keuangan dan akuntansi untuk menentukan dimana letak kekuatan dan kelemahan perushaan . Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Sedangkan kelemahan adalah keterbatasan dan kekurangan

dalam sumber daya, keterampilan dan kemampuan yang menghalangi kinerja efektif suatu perusahaan (Pearce dan Robinson,1991)

² 2.5 Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal menekankan pada mengenali dan mengevaluasi kecenderungan dan peristiwa yang diluar kendali sebuah perusahaan. Tujuan dari analisis lingkungan eksternal ialah untuk mengembangkan daftar terbatas peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan dan Ancaman yang dihindari. Peluang adalah lingkungan perusahaan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan guna meningkatkan posisi bersaing perusahaan dalam industri. Sedangkan ancaman adalah lingkungan perusahaan yang tidak menguntungkan perusahaan.

Analisis eksternal didefinisikan sebagai suatu proses yang dilakukan oleh perencana strategi untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang dan ancaman bagi perusahaan. Lingkungan perusahaan terdiri dari lingkungan umum, lingkungan industri dan lingkungan internasional. Lingkungan umum terdiri dari sosio ekonomis, teknologi dan pemerintah sedangkan lingkungan industri terdiri dari konsumen, pemasok dan persaingan.

⁹ 2.6 Matriks IE

Matriks Internal-External (IE) bermanfaat untuk memposisikan suatu *Strategic BusinessUnit (SBU)* perusahaan ke dalam matriks yang terdiri atas sembilan sel. Matriks Internal-External (IE) dimana ukuran dan lingkaran memperlihatkan persentase kontribusi pendapatan (*sales*). Matriks IE dikembangkan dari model *Grand Strategy* parameter digunakan meliputi kekuatan

internal perusahaan dan kekuatan eksternal yang dihadapi. Tujuan menggunakan model ini adalah memperoleh strategi bisnis ditingkat korporasi yang lebih detail.

14

1) Grow and Build (Tumbuh dan Bina) berada dalam sel I, II atau IV. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).

2) Hold and Maintain (Pertahankan dan Pelihara) mencakup sel III, V, atau sel VII. Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar, pengembangan produk dan pengembangan pasar.

3) Harvest and Divest (Panen atau Divestasi) mencakup sel VI, VIII, atau IX. Strategi yang dipakai adalah divestasi strategi diversifikasi konglomerat, dan strategi likuidasi (Setyorini et al., 2016).

2.7 Analisis Swot

3

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal

Menurut Pearce dan Robinson SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*weakness*) intern perusahaan serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi

faktor- faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang sangat besar atas rancangan suatu strategik yang berhasil

Analisa ini secara logis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan berkaitan dengan visi dan misi perusahaan serta tujuan perusahaan. Sehingga analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi perusahaan, sebagai proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi.

Faktor- Faktor dalam Analisis SWOT

Berikut beberapa faktor-faktor dalam analisis SWOT, Yaitu:

1. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan merupakan sumber daya/ kapabilitas yang dikendalikan oleh perusahaan atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibanding dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi perusahaan. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dan pemasok dan faktor-faktor lain.

Faktor-faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang

membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan merupakan keterbatasan/ kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya/ kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Dalam praktek keterbatasan dan kelemahan -kelemahan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh konsumen atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

Kekuatan dan kelemahan internal merupakan aktivitas terkontrol suatu organisasi yang mampu dijalankan dengan sangat baik atau buruk. Hal ini muncul dalam manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi, penelitian dan pengembangan dan sebagainya.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Kecenderungan utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan/ regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli/ pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi

perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lamban, meningkatnya kekuatan tawar-menawar dari pembeli/ pemasok utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaharuan peraturan, dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan perusahaan.

2.8 Penelitian Terdahulu

Sawitri et al (2019) ¹ “Strategi Pengembangan Arang Tempurung Kelapa Sebagai Produk Alternatif Untuk Meningkatkan Pendapatan Petani Kelapa Di Kabupaten Indragiri Hilir”. Tujuan penelitian ini adalah menentukan strategi pengembangan arang tempurung kelapa untuk meningkatkan pendapatan petani kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir. Analisis data menggunakan matrik IE, matrik SWOT dan matrik QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi usaha pengolahan arang tempurung kelapa berdasarkan matriks IE berada pada sel II yaitu tumbuh dan bina yang berarti posisi usaha pengolahan arang tempurung kelapa berada pada posisi rata-rata dan daya tarik yang tinggi. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha pengolahan arang tempurung kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir adalah : (1) Menjalin kemitraan dengan lembaga permodalan. (2) Menjalin kerja sama atau kemitraan dengan pemasok bahan baku untuk menjaga ketersediaan bahan baku. (3) Peningkatan kapasitas produksi. Prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha pengolahan arang tempurung kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir berdasarkan analisis QSPM adalah menjalin kemitraan dengan lembaga permodalan.

¹ untuk Meningkatkan Pendapatan Petani Kelapa Di Kabupaten Indragiri Hilir.

Pramudya et al (2007) ⁷ ⁶⁷ “Prospek Usaha Pembuatan Arang Tempurung Kelapa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi prospek bisnis produksi

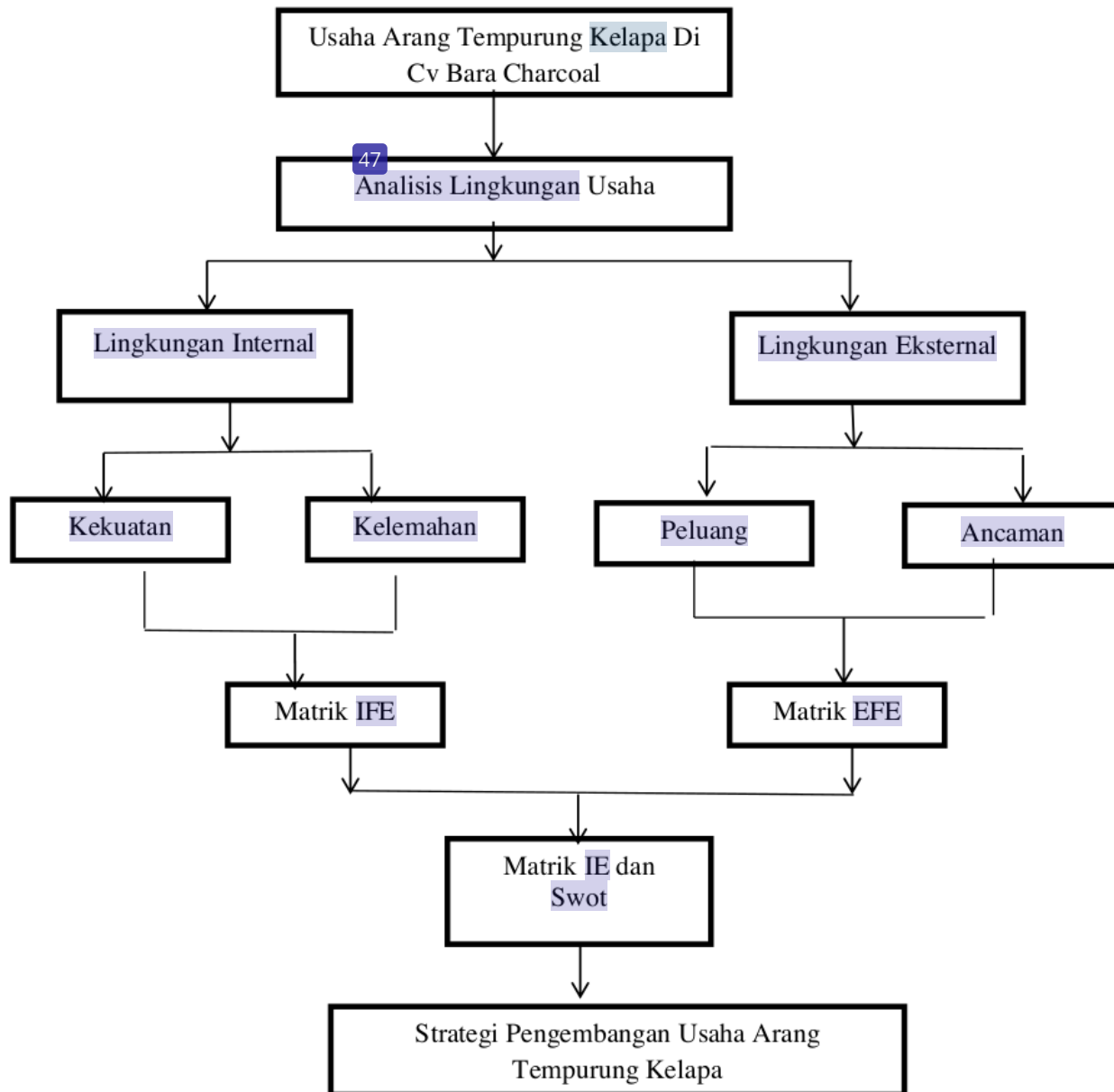
arang kelapa dan mengidentifikasi informasi yang diperlukan untuk pengembangan bisnis tersebut. Semua informasi tentang data penelitian ini dianalisis dengan menggunakan Pendekatan Kelebihan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman (SWOT) serta aspek kelayakan dengan menggunakan Nilai Presentasi Bersih (NPV), Tingkat Pengembalian Internal (IRR), Titik Impas (BEP), Periode Pengembalian (PBP) selama satu tahun, dan Rasio Manfaat Biaya (B/C). Hasil penelitian menunjukkan bahwa operasi 3-6 unit pengolahan untuk menghasilkan arang kelapa dianggap prospektif dan layak, yang ditunjukkan oleh NPV sebesar 33 IDR 259,675,377, IRR sebesar 99,3%-105,0%, BEP sebesar 461,01 kg – 651,42, PBP satu tahun, dan B/C Ratio sebesar 3,14 – 3,42. Aspek lain adalah bahwa ketersediaan unit produksi arang kelapa seperti Beringin Jaya, yang berbisnis di bidang ini, meskipun berlokasi di daerah terpencil, dapat memberikan peluang pekerjaan bagi masyarakat setempat.

2.9 Kerangka Pemikiran

Dalam rangka menyusun strategi pengembangan usaha tempurung arang kelapa yang tepat, maka dilakukan analisis lingkungan internal dan eksternal terhadap usaha Tempurung Arang Kelapa di Cv. Bara Charcoal yang ada di Kecamatan Tempuling, Kabupaten Indragiri Hilir. Lingkungan eksternal pengembangan usaha Tempurung Arang Kelapa di Tempuling terdiri atas lingkungan mikro, (pemasaran, pasar pelanggan, pesaing dan masyarakat) dan lingkungan makro (demografis, alam, ekonomi, politik, sosial dan budaya).

Matriks internal factor evaluation (IFE) digunakan untuk mengetahui faktor-faktor kekuatan dan kelemahan, sedangkan matriks eksternal factor evaluation (EFE) digunakan untuk mengetahui faktor-faktor peluang dan ancaman, dan

matriks internal eksternal (IE) merupakan ⁵ tahap pencocokan dengan memasukkan hasil pembobotan matrik EFE dan IFE kedalam matrik IE bagi pengembangan usaha Tempurung Arang Kelapa Di Cv. Bara Charcoal. ¹ Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis usaha. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi usaha dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Dari matriks SWOT dapat ⁷ menghasilkan strategi pengembangan usaha Tempurung Arang Kelapa di Cv. Bara Charcoal. Secara sistematis ⁸ kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



44
Gambar 1. Kerangka Pemikiran

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Oktober 2025- Januari 2026. Pemilihan lokasi penelitian ditetapkan secara sengaja yaitu di Cv Bara Charcoal di Desa Pangkalan 7 Kecamatan Tempuling. Pemilihan lokasi berdasarkan pertimbangan bahwa Cv. Bara Charcoal merupakan salah satu sentra Tempurung Arang Kelapa yang ada di Kecamatan Tempuling.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung pada bagian kegiatan yang dihadapi melalui pengamatan dan pencatatan sehingga diperoleh data.

2. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung kepada usaha tempurung arang kelapa agar memperoleh informasi yang lebih dalam mengenai hal-hal yang ingin diteliti dengan menggunakan kuesioner.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu proses sistematis mengumpulkan, mengolah dan menyimpan data atau informasi (berupa tulisan, angka, gambar atau rekaman)

3.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh secara langsung dari Usaha tersebut dengan menggunakan wawancara dan kuesioner yang sudah dipersiapkan sebelumnya.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui instansi atau lembaga terkait seperti BPS, BPP, Dinas pertanian, Kantor desa dan lembaga terkait lainnya yang menunjang penelitian.

3.4 Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan strategi penelitian studi kasus, maka teknik sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling (teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel).

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan cara mengidentifikasi dan menganalisis data yang ada sehingga memberi gambaran yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh usaha tempurung arang kelapa dalam menentukan posisi persaingan dan jenis usahatani guna mengetahui strategi pengembangan usahatani yang berdaya sain Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan yang harus diisi atau dijawab oleh responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efektif apabila

peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang akan bisa diharapkan dari responden

3.5.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu alat bantu untuk mengembangkan strategi diperlukan suatu analisis SWOT sebagai alat bantu untuk memahami pengaruh lingkungan internal dan lingkungan eksternal dalam suatu usaha (Rangkuti, 2006).

3.5.2.1 Matriks Faktor Strategi Internal

Setelah melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor strategis internal, maka dilakukan penyusunan tabel IFE untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam Strength dan Weakness. Tahapan penyusunan tabel IFE adalah:

1. Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan
2. Beri bobot masing-masing faktor yang disusun menggunakan skala angka 1,0 (paling tinggi) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap posisi strategi usaha (semua bobot tersebut jumlahnya).
3. Hitung rating (kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan menggunakan skala angka 4(outstanding) sampai 1(poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi usaha yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif diberi nilai mulai +1 sampai +4 (sangat baik), dengan cara membandingkan rata-rata usaha dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif adalah kebalikannya.
4. Kalikan bobot dan rating untuk memperoleh faktor pembobotan berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai 1,0 (poor)

5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya di hitung. 20

6. Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 untuk memperoleh total skor pembobotan ⁴³ Tabel 1. IFE (Internal Factor Evaluation)

Faktor Strategi	Bobot	Rating	Bobot x rating
Internal			
Kekuatan			
■			
■			
Kelemahan			
■			
■			
Total		1,0	

Rangkuti, 2007

²⁹ 3.5.2.2 Matriks Faktor Strategi Eksternal

Dalam menyusun matriks faktor strategi eksternal, terlebih dahulu kita harus mengetahui Faktor Strategi Eksternal (EFE) ¹ yaitu memungkinkan para penyusun strategi untuk meringkas dan mengevaluasi informasi lingkungan mikro dan makro. Terdapat beberapa cara penentuan faktor strategi eksternal (EFE) yaitu:

- ¹³ 1. Susunlah 5 sampai 10 peluang dan ancaman dalam kolom 1.
2. Pada kolom 2 beri bobot masing-masing faktor yang disusun menggunakan skala angka 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Hal ini perlu dilakukan karena faktor-faktor yang telah disusun dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.

3. Dalam kolom 3, hitung rating untuk masing-masing faktor dengan menggunakan skala angka 4(outstanding) sampai 1(poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi usaha yang bersangkutan. Faktor- 21 faktor peluang diberikan nilai rating positif yang artinya semakin besar peluang diberi rating +4, namun jika peluangnya kecil diberi rating +1. Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya
4. Kalikan bobot dan rating untuk memperoleh faktor pembobotan berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai 1(poor)
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya di hitung.

16
Tabel 2. EFE (Exsternal Factor Evaluation)

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang			
-			
-			
Ancaman			
-			
-			
Total		1,0	

Sumber: Rangkuti, 2007

3.5.3 Analisis Matriks IE (Internal –Eksternal)

Matriks IE adalah gabungan dari matriks IFE dan matriks EFE. Matriks IE merupakan matriks yang meringkas hasil evaluasi faktor internal dan eksternal yang menempatkan suatu perusahaan pada salah satu kondisi dari sembilan sel, dimana tiap-tiap sel merupakan kondisi atau langkah yang harus ditempuh

perusahaan. Tujuan penggunaan matriks ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis ditingkat korporat yang lebih detail (Rangkuti, 2006)

Matriks IE terdiri dari dua dimensi, yaitu total skor dari Matriks IFE pada sumbu X dan total skor dan Matriks EFE pada sumbu Y. Pada sumbu X dari Matriks IE. Skornya ada tiga, yaitu skor 1,0-1,99 menyatakan bahwa posisi internal adalah lemah, skor 2,0 - 2,99 posisinya adalah rata-rata, dan skor 3,0 - 4,0 adalah kuat. Dengan cara yang sama, pada sumbu Y yang dipakai untuk matriks EFE, skor 1,0 -1,99 adalah rendah, skor 2,0 - 2,99 adalah sedang, dan skor 3,0 - 4,0 adalah tinggi. Matriks IE adalah gabungan dari matriks IFE dan EFE. Bentuk matriks IE dapat dilihat pada gambar 2.

		Skor total IFE		
		Kuat 3,0 - 4,0	Rata-rata 2,0 - 2,99	Lemah 1,0 - 1,99
Skor Total Sedang EFE 2,0 - 2,99	Tinggi 3,0 - 4,0	I Grow and Build	II Grow and Build	III Hold and Maintain
	3,0	IV Grow and Build	V Hold and Maintain	VI Harvest or Divest
	2,0	VII Hold and Maintain	VIII Harvest or Divest	IX Harvest or Divest
Rendah 1,0 - 1,99				
1,0				

Gambar 2. Matriks Internal-Eksternal

Gambar 2. Matriks Internal-Eksternal Matriks IE memiliki implikasi strategi yang berbeda, yaitu :

1. Sel I, II dan IV disebut tumbuh dan bina. Strategi paling tepat untuk semua divisi ini adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan usaha) atau strategi integratif (integrasi kebelakang, depan dan horizontal)
2. Sel III, V dan VII disebut pertahankan dan pelihara (hold dan maintain). Strategi baik dapat dikelola dengan strategi penetrasi pasar dan pengembangan usaha.
3. Sel VI, VII atau IX adalah panen dan divestasi. Strategi yang digunakan yaitu strategi harvest atau divestiture.

3.5.4 Diagram Matriks SWOT

1 Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Bentuk matriks SWOT dapat dilihat pada gambar 3 (Rangkuti, 2008).

Faktor Internal Faktor Eksternal	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
	53 Faktor-Faktor kekuatan internal	Faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Faktor peluang eksternal	49 STRATEGI(SO) strategi yang menguraikan kekuatan untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ada	STRATEGI (WO) Strategi dengan mengambil kekuatan dari peluang untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki

35

THREATS (T)	STRATEGI (ST)	STRATEGI (WT)
Faktor ancaman eksternal	Strategi dengan menguraikan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 3. Matriks SWOT

9

Matriks SWOT dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu :

1. Strategi *Strenght Opportunities* (SO) dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi *Strenght Threats* (ST) yaitu strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi *Weaknesses Opportunities* (WO) diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi *Weaknesses Threats* (WT) didasarkan pada kegiatan pemanfaatan peluang dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

3.6 Konsep Operasional

50

1. Strategi adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada pengembangan usahatani Tempurung Arang Kelapa.

11

2. Tempurung kelapa merupakan limbah organik yang memiliki sifat difusi termal yang baik yang berasal dari tingginya selulosa dan lignin yang terkandung dalam Arang tempurung kelapa.

3. Lingkungan internal merupakan ⁴⁵ kekuatan dan kelemahan internal yaitu aktivitas terkontrol suatu usahatani yang mampu dijalankan dengan sangat baik atau buruk.
4. Lingkungan eksternal yaitu ⁴ sebagian besar peluang dan ancaman berada diluar kendali suatu usaha.
5. Kekuatan adalah berbagai kelebihan yang bersifat khas ²⁵ yang dimiliki oleh suatu usaha.
6. Kelemahan adalah berbagai kekurangan yang bersifat khas yang dimiliki oleh suatu usahatani.
7. Peluang adalah peluang yang bersifat positif ²¹ yang apabila dimanfaatkan akan besar peranannya dalam mencapai tujuan usahatani. Opportunities merupakan peluang usahatani untuk meningkatkan kualitasnya.
8. Ancaman adalah kendala yang bersifat negatif yang dihadapi oleh suatu usahatani yang apabila berhasil diatasi akan besar peranannya dalam mencapai tujuan usahatani. Threats merupakan ancaman bagi usahatani baik itu dari luar maupun dari dalam.
9. ³² Matriks IFE (*Internal Faktor Evaluation*) digunakan untuk mengukur faktor-faktor kekuatan dan kelemahan bagi petani nanas moris di Desa Bayas Jaya.
10. ⁶¹ Matriks EFE (*Eksternal Faktor Evaluation*) digunakan untuk mengetahui faktor-faktor peluang dan ancaman bagi usahatani tempurung arang kelapa di Desa Pangkalan 7.
11. ¹ Matriks IE merupakan matriks yang meringkas hasil evaluasi faktor internal dan eksternal yang menempatkan usahatani pada salah satu kondisi dari

sembilan sel, dimana tiap-tiap sel merupakan kondisi atau langkah yang harus ditempuh bagi usahatani tempurung arang kelapa di Desa Pangkalan 7.

12. Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan usahatani tempurung arang kelapa dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal pada pengembangan usahatani tempurung arang kelapa secara sistematis yaitu faktor kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Daerah Penelitian

4.1.1 Keadaan Geografis

Kecamatan Tempuling merupakan salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir. Memiliki luas 692,39 km² atau 69,239 Ha yang terdiri dari 4 kelurahan dan 5 desa dengan Ibukota Kecamatan adalah Sungai Salak. Batas wilayah Kecamatan Tempuling adalah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Batang Tuaka
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Enok
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tembilahan

Desa/Kelurahan yang terluas adalah Kelurahan Tempuling dengan luas wilayah 12k km² atau 17,33% dari luas wilayah Kecamatan Tempuling. Desa/Kelurahan yang terkecil adalah Desa Karya Tunas Jaya dengan luas wilayah hanya 33,35km² atau 4,82% dari luas wilayah Kecamatan Tempuling (BPS Indragiri Hilir, 2021)

4.1.2 Demografi Kecamatan Tempuling

Kecamatan Tempuling memiliki luas 69,239 Ha dengan keadaan tanahnya yang sebagian besar terdiri dari tanah gambut dan endapan sungai serta rawa-rawa. Karena keadaan tanahnya sebagian besar terdiri dari gambut, maka daerah ini digolongkan sebagai daerah beriklim tropis basah dengan udara agak lembab.

Rata-rata curah hujan pertahun adalah 145,58 mm dengan curah hujan tertinggi 224 mm dan curah hujan terendah 92,4 mm. Tinggi pusat

pemerintahan Kecamatan Tempuling dari permukaan laut adalah 5m sampai 25m dengan suhu rata-rata 31°C - 32°C (BPS Indragiri Hilir, 2021).

4.1.3 Kependudukan

Mayoritas penduduk Kecamatan Tempuling adalah suku banjar dan melayu. Namun, karena letak Kecamatan Tempuling yang berada di jalur lintas antar Kabupaten dan Provinsi menyebabkan banyak didatangi oleh pendatang baru yang berasal dari berbagai macam suku seperti suku minang, jawa, bugis dan batak. Dari semua suku yang ada terjalin suatu hubungan silaturahmi yang baik di masyarakat antar suku dan agama.

Penduduk Kecamatan Tempuling pada tahun 2022 berjumlah 31.633 jiwa dengan kepadatan penduduk 60,24/km². Sex rasio Kecamatan Tempuling adalah 106,4 menunjukkan bahwa penduduk laki-laki lebih banyak daripada penduduk perempuan. Jumlah penduduk laki-laki adalah 16.308 jiwa dan jumlah penduduk perempuan adalah 15.352 jiwa (BPS Indragiri Hilir, 2021).

CV Bara Charcoal di Kelurahan Pangkalan Tujuh Kecamatan Tempuling meliputi : Umur responden, lama pendidikan, pengalaman usaha, dan jumlah tenaga kerja. Untuk lebih jelasnya Identitas responden tersaji pada tabel 3.

Tabel 3. Identitas Responden CV Bara Charcoal

Nama	Ardiansyah Putra
Jenis kelamin	Laki-Laki
Pendidikan	SMA
Umur (Tahun)	25 Tahun
Pengalaman (Tahun)	8 Tahun
Tenaga Kerja Luar Keluarga	5 Orang

Data primer diolah 2025

Dalam penelitian terlihat bahwa Responden telah menuntaskan pendidikan sampai ke jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA). Hal ini mengidentifikasi bahwa tingkat pendidikan responden cukup tinggi. Tingkat pendidikan akan mempengaruhi pola pikir pengusaha dalam mengambil keputusan yang berhubungan dengan produksi. Mosher (1987), pendidikan yang tinggi akan mempengaruhi produktivitas seseorang, keterbatasan pendidikan yang dimiliki seseorang dapat menjadi suatu kendala yaitu cara berfikir serta mengambil keputusan.

Umur responden memperlihatkan berada pada usia produktif, dimana usia produktif yang berlaku di Indonesia yaitu berada pada usia 15 hingga 64 tahun. Sehingga dengan usia yang dimiliki oleh responden diharapkan memiliki semangat yang tinggi untuk mengembangkan usahannya, dan lebih cepat menangkap informasi dalam melakukan inovasi untuk pengembangan usahannya.

4.2 Profil Usaha

CV Bara Charcoal milik Bapak Ardiansyah Putra merupakan salah satu industri pengolahan arang tempurung kelapa yang terletak di Kelurahan Pangkalan Tujuh Kecamatan Tempuling Kabupaten Indragiri Hilir, berdiri pada tahun 2016 dan masih aktif berproduksi hingga sekarang. Bahan baku utama dalam usaha ini adalah tempurung kelapa yang diperoleh dengan cara dibeli langsung dari petani di sekitar Kecamatan Tempuling.

Proses pembuatan arang dilakukan didalam drum sebanyak sepuluh drum. Dalam satu kali produksi CV Bara Charcoal menghasilkan 3 ton arang dengan 5 orang tenaga kerja tetap dan 2 orang tenaga kerja tidak tetap. Jumlah

produksi sebanyak 20 ton sampai 28 ton per minggu. Selain memproduksi arang tempurung sendiri, CV Bara Charcoal juga membeli tempurung kelapa dan membeli arang yang sudah jadi. Kemudian, Hasil produksi arang di CV Bara Charcoal dipasarkan ke luar pulau Sumatera seperti ke daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek)

Proses pengolahan arang tempurung kelapa antara lain sebagai berikut:

1. Pengumpulan tempurung kelapa dilakukan dengan menggunakan angkong, kemudian tempurung dimasukkan kedalam drum besi. Proses pengumpulan tempurung ini membutuhkan waktu selama lebih kurang dua jam dan dilakukan oleh lima orang tenaga kerja.
2. Setelah tempurung dimasukkan ke dalam drum besi, tahap selanjutnya adalah pembakaran tempurung. Proses ini dibantu dengan penggunaan sedikit bahan bakar. Pada CV Bara Charcoal bahan bakar yang digunakan adalah minyak tanah. Pembakaran tempurung kelapa dilakukan secara bertahap, apabila tempurung kelapa yang dibakar menyusut volumenya maka akan ditambahkan tempurung lagi begitu seterusnya hingga arang memenuhi drum tersebut. Pembakaran tempurung memerlukan waktu sekitar lima sampai enam jam menggunakan 10 drum pembakaran dengan lima orang tenaga kerja.
3. Pembakaran tempurung dilakukan secara tidak sempurna. Setelah tempurung dibakar kemudian api dipadamkan menggunakan air dengan ember dan gayung agar arang tidak menjadi abu. Proses ini dilakukan selama kurang lebih dua jam dengan tenaga kerja lima orang.

4. Setelah api padam, kemudian drum yang berisi arang jadi ditutup menggunakan kain ¹ goni basah dan di diamkan untuk proses pendinginan selama enam jam hingga arang benar-benar dingin.

5. Arang yang sudah dingin kemudian dikeluarkan dari drum dan dituang keterpal yang sudah dibentang, kemudian arang diratakan dengan menggunakan garu sisir. Proses ini dilakukan untuk menjemur arang dengantujuan memastikan arang tidak basah, dan proses ini hanya dilakukan sekitar satu jam dengan lima orang tenaga kerja.



Gambar 4. Proses pembakaran Tempurung Kelapa



Gambar 5. Arang Tempurung Kelapa

7 4.3 Identifikasi dan Faktor-Faktor Internal dan Eksternal

2 4.4.1 Faktor Penentu Internal

Berdasarkan hasil penelitian dapat diidentifikasi beberapa komponen faktor penentu internal yaitu:

1. Kekuatan

Kekuatan yang diidentifikasi dalam strategi pengembangan arang tempurung kelapa adalah sebagai berikut:

10 a. Produk yang berkualitas

Produk arang tempurung kelapa yang sudah mampu memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan dengan cara memenuhi kebutuhan mereka dan standar yang ditentukan. Kualitas ini mencakup berbagai dimensi seperti daya tahan, Keandalan, kemudahan pengguna, dan performa yang sesuai dengan fungsinya.

b. Memiliki pengalaman dalam usaha

Individu atau entitas usaha tersebut telah memperoleh pengetahuan praktis, Keterampilan teknis, dan pemahaman mendalam mengenai seluruh aspek ⁷⁹ yang terlibat dalam produksi dan pemasaran ²² produk arang tempurung kelapa. Arang tempurung kelapa di Kecamatan Tempuling yang berdiri sejak tahun 2017 hingga sekarang sudah berjalan 9 tahun.

⁴⁸ c. Lokasi usaha yang strategis

Lokasi ² usaha yang strategis adalah suatu tempat yang mudah dijangkau oleh konsumen dan penunjang keberhasilan serta mempercepat proses pengeluaran output sehingga pada saat pemasaran dapat menghemat waktu. Lokasi usaha arang tempurung kelapa di pangkalan 7 kecamatan tempuling sangat strategis karena tempatnya mudah dijangkau. Lokasi ini terletak di samping jalan lintas Rengat – Tembilahan yang merupakan akses satu-satunya yang di gunakan seluruh masyarakat kabupaten Indragiri Hilir.

d. Usaha memakai modal sendiri

Usaha memakai modal sendiri adalah jenis kegiatan wirausaha di bidang produksi atau penjualan arang yang seluruh pendanaannya berasal dari dana pribadi pemilik usaha, seperti tabungan, hasil penjualan aset pribadi, atau dana pensiun, tanpa melibatkan pinjaman dari pihak seperti bank atau investor.

2. Kelemahan

a. Manajemen usaha masih sederhana

Manajemen usaha arang tempurung kelapa yang masih sederhana merujuk pada pengelolaan bisnis produksi dan penjualan arang, yang

dicirikan oleh proses perencanaan, pengorganisasian, berskala terbatas, dan menggunakan alat serta metode produksi tradisional. Tidak ada perencanaan produksi yang tetap karena proses produksi tergantung bahan baku. Hal ini bisa menyebabkan tidak terpenuhinya permintaan pembeli.

b. Peralatan usaha masih sederhana

Peralatan usaha masih sederhana merujuk pada alat-alat produksi yang digunakan secara tradisional atau skala kecil/rumahan, biasanya bersifat manual atau minim teknologi, dengan biaya investasi yang rendah, dan sering kali kurang memperhatikan efisiensi waktu serta aspek kesehatan atau lingkungan. Peralatan yang digunakan seperti drum yang dimodifikasi, Saringan, Wadah, dan pengeringan masih menggunakan area jemur matahari.

c. Proses pengeringan hanya mengandalkan matahari

Pengeringan arang tempurung kelapa dengan memanfaatkan sinar matahari merupakan metode alami yang sederhana, hemat biaya, dan ramah lingkungan. Proses ini bertujuan ²⁷ untuk mengurangi kadar air dalam arang sehingga kualitas pembakaran menjadi lebih baik dan arang lebih awet saat disimpan.

d. Kurangnya teknologi pengolahan arang modern

Kurangnya teknologi pengolahan arang modern pada kondisi dimana proses produksi arang masih mengandalkan metode tradisional atau peralatan sederhana, yang seringkali tidak efisien dan menimbulkan dampak negatif lingkungan. Teknologi yang bisa diterapkan yaitu teknologi Kiln Retort, Teknologi Kiln Retort adalah meningkatkan efisiensi produksi hingga 30-40% dibandingkan metode konvensional (sumber utamanya gas alam, bahan

bakar cair dan gas sampingan). Teknologi ini memungkinkan karbonisasi sempurna tanpa merusak lingkungan karena beroperasi dalam kondisi tertutup.

4.4.2 Faktor Penentu Eksternal

² Berdasarkan hasil penelitian dapat diidentifikasi beberapa komponen faktor penentu eksternal yaitu:

1. Peluang

a. Harga jual tinggi dan stabil

Harga jual tinggi dan stabil pada situasi pasar dimana produk arang yang jenisnya berkualitas memiliki nilai dan nilainya cenderung tidak banyak berfluktuasi dalam jangka waktu yang signifikan. Harga arang tempurung kelapa yang di pasarkan perkilonya sebesar 6.500/kg. Hal ini membuat harga jual arang tempurung kelapa cenderung stabil dikarenakan permintaan ekspor yang tinggi, proses produksi yang relatif sederhana, dan walaupun harga nya turun tidak terlalu jauh dari harga awal.

² b. Permintaan tinggi

Permintaan yang tinggi yaitu banyaknya pembeli arang tempurung kelapa dan banyaknya permintaan yang sudah ada pembelinya baik harian maupun mingguan. Permintaan konsumen tetap maupun tidak tetap yang digabungkan semua perminggu sebanyak 20 ton sampai 28 ton perminggu.

c. Produk memiliki pelanggan tetap

Produk arang yang memiliki pelanggan tetap pada usaha arang yang memiliki basis konsumen setia yang secara konsisten dan berulang kali membeli produk seiring waktu baik dalam daerah maupun di luar kota.

Pelanggan tetap didalam daerah yaitu warga lokal yang berlokasi dekat dengan tempat usaha yang memerlukan arang tempurung kelapa. Pelanggan tetap diluar daerah ke pengepul luar kota seperti Tangerang, Bogor, dan Jepara.

d. Peluang pasar yang luas

Peluang pasar yang luas ⁶⁵ menunjukkan bahwa suatu produk arang tempurung kelapa memiliki jangkauan konsumen yang besar dan berkelanjutan, baik dari sisi jumlah permintaan, wilayah pemasaran, maupun variasi segmen pengguna.

2. Ancaman

a. Keterbatasan jadwal pengiriman produk

Keterbatasan jadwal pengiriman produk pada situasi dimana terdapat hambatan atau batasan jadwal dalam proses pendistribusian arang dari produsen atau pemasok ke pelanggan, adanya keterbatasan waktu untuk pengiriman seminggu satu kali ke luar daerah ini menghalangi pengiriman dilakukan secara fleksibel, tepat waktu, atau sesuai permintaan optimal ke konsumen.

b. Hambatan dalam mendapatkan transportasi

Hambatan dalam mendapatkan transportasi tantangan, kendala, atau kesulitan yang dihadapi dalam proses perencanaan, dan pergerakan ke konsumen di luar kota.

c. Persaingan dalam ⁵⁶ usaha

Persaingan dalam usaha adalah kondisi dimana terdapat dua pihak atau lebih pelaku usaha yang menawarkan produk arang yang sama atau

83
serupadan saling berusaha mengungguli dalam mencapai tujuan yang sama, seperti mendapatkan pangsa pasar, keuntungan, dan bahan baku. Pesaingannya sesama di daerah pangkalan 7 yang membuat produk yang sama yaitu arang tempurung kelapa dan membuat dampak ancaman untuk usaha arang tempurung kelapa Cv Bara Charcoal itu sendiri.

31
d. Kondisi tanaman kelapa yang sudah tua dapat mengurangi bahan baku di 31
masa yang akan datang

Perkebunan kelapa yang didominasi oleh pohon-pohon tua sering kali menghadapi penurunan produksi bahan baku secara keseluruhan, yang berdampak pada industri hilir yang mengandalkan pasokan tersebut. 1
tanaman kelapa yang sudah tua sehingga produk berkurang dapat mengurangi 7
bahan baku di masa yang akan datang.

2 4.4 Analisis Matriks IFE

Menurut Rangkuti (2006), Matriks IFE digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan antara area tersebut. Matriks IFE menggambarkan kondisi internal suatu usahatani yang terdiri dari kekuatan yang dihitung berdasarkan peringkat dan bobot yang diperoleh dari kuesioner. Tabel 5 menunjukkan matriks IFE yang menganalisis 8 faktor sukses yang terdiri dari 4 kekuatan dan 4 kelemahan. 16
Matriks IFE dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Matriks IFE

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Produk yang berkualitas	0,19	4	0,95
2	Memiliki pengalaman dalam usaha	0,19	4	0,76
3	Lokasi usaha yang strategis	0,19	4	0,76
4	Usaha memakai modal sendiri	0,15	4	0,6
Total		0,72		3,07
KELEMAHAN				
1	Manajemen usaha masih sederhana	0,09	2	0,18
2	Peralatan usaha masih sederhana	0,09	2	0,18
3	Proses pengeringan hanya mengandalkan matahari	0,05	1	0,05
4	Kurangnya teknologi pengolahan arang modern	0,05	2	0,1
Total		0,28		0,51
78 total Analisis Matriks IFE		1		3,58

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis matriks IFE pada tabel 4, Menunjukkan bahwa faktor yang menjadi kekuatan utama adalah produk yang berkualitas, 0,95 hal ini dapat dijadikan kekuatan untuk meningkatkan pengembangan usaha. Kelemahan utama adalah manajemen usaha masih sederhana dan peralatan usaha masih sederhana sebesar 0,18. Total analisis matriks IFE adalah 3,58 hal tersebut menunjukkan bahwa posisi usaha arang tempurung kelapa di Desa Pangkalan 7 adalah sedang dalam memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki.

4.5 Analisis Matriks EFE

Menurut Rangkuti (2006), matriks EFE memungkinkan para penyusun strategi untuk meringkas dan mengevaluasi informasi lingkungan mikro dan makro. Matriks EFE menggambarkan kondisi eksternal usaha yang terdiri dari peluang dan ancaman yang dihitung berdasarkan bobot yang diambil. Tabel 6 menunjukkan matriks EFE yang menganalisis 8 faktor sukses kritis yang terdiri dari 4 peluang dan 4 ancaman. Matriks EFE dapat

dilihat pada tabel 5.

1
Tabel 5. Hasil Analisis Matriks EFE

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Harga jual tinggi dan stabil	0,2	5	1
2	Permintaan tinggi	0,2	4	0,8
3	Produk memiliki pelanggan tetap	0,15	4	0,6
4	Peluang pasar yang luas	0,2	4	0,8
Total		0,75		3,2
Ancaman				
1	Keterbatasan jadwal pengiriman produk	0,05	2	0,1
2	Hambatan dalam mendapatkan transportasi	0,05	2	0,1
3	Persaingan dalam usaha	0,1	1	0,2
4	Kondisi tanaman kelapa yang sudah tua sehingga produk berkurang dapat mengurangi bahan baku dimasa yang akan datang	0,05	1	0,1
Total		0,25		0,5
Total Analisis Matriks EFE		1		3,7

Sumber: Data Primer diolah, 2025

1
Berdasarkan hasil analisis matriks EFE pada tabel 5 menunjukkan bahwa faktor peluang yang menjadi peluang utama adalah harga jual tinggi dan stabil sebesar 1 hal ini dapat dijadikan peluang untuk meningkatkan pengembangan usaha arang tempurung kelapa. Ancaman utama adalah keterbatasan jadwal pengiriman produk, Hambatan dalam mendapatkan transportasi dan kondisi tanaman kelapa yang sudah tua sehingga produk berkurang dapat mengurangi bahan baku dimasa yang akan datang sebesar 0,1 hal ini karena harga arang tempurung kelapa di desa pangkalan 7 sangat tergantung pada kualitas dan juga musim.

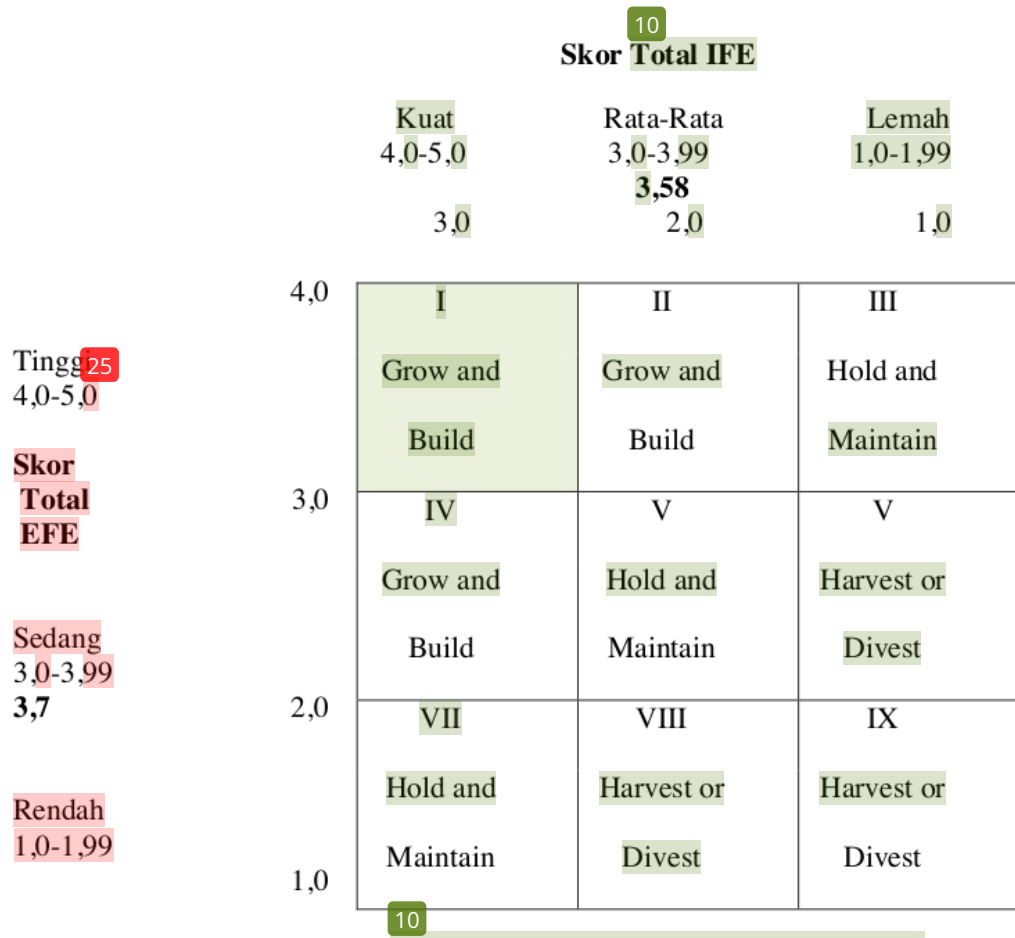
2
Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 6 maka diperoleh total analisis matriks EFE sebesar hal ini menunjukkan bahwa usaha arang

tempurung kelapa di Desa Pangkalan 7 Kecamatan Tempuling berada pada posisi tinggi dalam menjalankan usaha dengan memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

4.6 Matriks IE

Analisis matriks IE dilakukan untuk mempertajam analisis yang telah dilakukan dengan matriks IFE dan EFE. Hasil matriks IFE dan EFE berupa total nilai tertimbang IFE dan EFE dipetakan kedalam matriks IE. Total nilai tertimbang IFE dipetakan pada sumbu X, sedang total tertimbang EFE dipetakan pada sumbu Y. Matriks IE yang mengidentifikasi 9 sel strategi dapat dilihat pada gambar 4.

Berdasarkan analisis faktor internal menggunakan matriks IFE, diperoleh skor bobot total pada sumbu X sebesar 3,58 dan sumbu Y yang merupakan faktor eksternal dengan menggunakan matriks EFE diperoleh skor bobot total sebesar 3,7. Hasil ini menempatkan usaha arang tempurung kelapa di Desa Pangkalan 7 Kecamatan Tempuling pada sel I dalam matriks IE yang dapat dilihat pada gambar 6. Posisi tersebut mencerminkan pendekatan dalam manajemen strategis yang fokus pada pertumbuhan dan ekspansi bisnis yang kuat dan berkelanjutan.



Gambar 6. Matriks Internal-Eksternal Usaha
Arang Tempurung Kelapa di CV
Bara Charcoal

4.7 Analisis SWOT

Dengan mencocokkan faktor-faktor kunci internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor-faktor kunci eksternal (peluang dan ancaman) merupakan cara efektif yang layak. Strategi yang dihasilkan pada matriks IE hanya secara umum tanpa adanya implementasi yang lebih fokus pada tingkat usaha. Oleh karena itu matriks IE dilengkapi dengan matriks SWOT. Matriks SWOT digunakan untuk menghasilkan alternatif strategi yang dapat dijalankan oleh usaha arang tempurung kelapa dengan cara memindahkan

hasil analisis data matriks IFE dan EFE kedalam matriks SWOT. Formulasi

strategi dapat dilihat pada gambar 7.

FaktorInternal FaktorEksternal	Kekuatan(Strenghts) 1.Produk yang berkualitas 2.Memiliki pengalaman dalam usaha 3.Lokasi usaha yang strategis 4.Usha memakai modal sendiri	Kelemahan(Weaknesses) 1.Manajemen usaha masih sederhana 2.Peralatan usaha masih sederhana 3.Proses pengeringan hanya mengandalkan matahari 4.Kurangnya teknologi pengolahan arang modern
Peluang(Opportunities) 1.Harga jual tinggi dan stabil 2.Permintaan tinggi 3.Produk memiliki pelanggan tetap 4.Peluang pasar yang luas	StrategiSxO 1.Meningkatkan produksi arang tempurung kelapa (S1, S2, S3 x O1, O2, O4) 2.Memperluas pemasaran ke industri berbahan dasar arang tempurung (S1 X O2, O4) 3.Memanfaatkan platform media sosial untuk membangun otoritas merek (S2, S3 X O3, O4)	StrategiWxO 1.Meningkatkan kemampuan manajemen usaha melalui pendidikan dan pelatihan (W1 X O2, O3, O4) 2.Menggunakan teknologi dalam kegiatan produksi (W2, W3, W4 X O2) 3.Menggunakan alat pengering agar tidak bergantung dengan cuaca (W2 X O1, O2, O3, O4)
Ancaman(Threaths) 1.Keterbatasan jadwal pengiriman produk 2.Hambatan dalam mendapatkan transportasi 3.Persaingan dalam usaha 4.Kondisi tanaman kelapa yang sudah sehingga produk berkurang dapat mengurangi bahan baku dimasa yang akan datang	StrategiSxT 1.Menjalin kemitraan dengan distributor dalam pelayanan terhadap konsumen untuk menjaga loyalitas konsumen agar tidak berpindah ke pesaing ataupun ke produk substitusi arang tempurung (S1, S2, S4 X T3) 2.Menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan memanfaatkan potensi sebaik	StrategiWxT 1.Mencari sumber bahan baku alternatif untuk keberlanjutan usaha (W1, W3 X T3, T4) 2.Membuat tempat untuk mengeringkan arang tempurung yang tidak dipengaruhi oleh perubahan cuaca (W2, W3 X T3) 3.Melakukan perbaikan dalam pengelolaan usaha dan proses produksi sehingga menghasilkan produk

	1 3. Menjalinkan kerja sama atau kemitraan dengan pemasok bahan baku untuk menjaga ketersediaan bahan baku (S2, S4 X T4) 2	yang mampu bersaing (W1, W2, W4 X T3)
--	---	--

Gambar 7. Hasil analisis matriks SWOT

1. Strategi S x O

1 Strategi S x O adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk dapat meraih peluang yang ada guna mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Alternatif strategi yang dapat dilakukan pada strategi S x O berdasarkan matriks SWOT untuk usaha pengolahan arang tempurung kelapa adalah Meningkatkan produksi arang tempurung kelapa. Strategi berikutnya adalah Memperluas pemasaran ke industri berbahan dasar arang tempurung. Strategi berikutnya adalah Memanfaatkan platform media sosial untuk membangun otoritas merek. 1 Kotler (2008) menjelaskan bahwa promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan untuk meyakinkan pelanggan agar membeli produk tersebut.

2. Strategi S x T

1 Strategi S x T merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menghadapi ancaman yang berhubungan dengan keberlangsungan usaha. Dari hasil matriks SWOT adapun strategi yang dapat diambil oleh usaha pengolahan arang tempurung kelapa adalah Menjalinkan kemitraan dengan distributor dalam pelayanan terhadap konsumen untuk menjaga loyalitas konsumen agar tidak berpindah ke pesaing ataupun ke

produk substitusi arang tempurung. Strategi berikutnya adalah Menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan memanfaatkan potensi sebaik mungkin. Strategi berikutnya adalah Menjalinkan kerja sama atau kemitraan dengan pemasok bahan baku untuk menjaga ketersediaan bahan baku. Saluran pemasaran yang akan di pilih harus mempertimbangkan jenis dan sifat produk, sifat konsumen potensial dan sifat saluran pemasaran yang ada (Kotler, 2002).

3. Strategi W x O

Strategi W x O merupakan strategi yang menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Dari hasil matriks SWOT adapun strategi yang dapat diambil oleh usaha pengolahan arang tempurung kelapa adalah Melakukan peningkatan alat produksi ke modern. Strategi berikutnya adalah Menggunakan teknologi untuk meningkatkan produksi. Strategi berikutnya adalah Melakukan pengembangan usaha pengolahan arang tempurung kelapa. Ignatus dkk (2010) berhasil membuat mesin atau alat teknologi pengolahan arang tempurung kelapa menjadi dua komoditi yaitu arang tempurung kelapa yang memiliki standar pabrik dan pembuatan briket arang tempurung kelapa sebagai bahan bakar pengganti minyak tanah.

4. Strategi W x T

Strategi W x T merupakan strategi yang berusaha untuk meminimalisasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menghindari ancaman. Dari hasil matriks SWOT adapun strategi yang dapat diambil oleh usaha pengolahan arang tempurung kelapa adalah Mencari sumber bahan

baku alternatif untuk keberlanjutan usaha. Strategi berikutnya ¹ adalah Membuat tempat untuk mengeringkan arang tempurung yang tidak dipengaruhi oleh perubahan cuaca. Strategi berikutnya ¹ adalah Melakukan perbaikan dalam pengelolaan usaha dan proses produksi sehingga menghasilkan produk yang mampu bersaing.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- 1) Berdasarkan dari hasil analisis matriks IE pada usaha arang tempurung kelapa di Desa Pangkalan Tujuh Kecamatan Tempuling berada pada sel I. Hal ini menunjukkan bahwa strategi *Grow and Build* yaitu strategi yang fokus pada pertumbuhan dan ekspansi bisnis yang kuat dan berkelanjutan.
- 2) Berdasarkan dari hasil analisis SWOT pada usaha arang tempurung kelapa Desa Pangkalan Tujuh Kecamatan Tempuling diperoleh alternatif strategi yaitu:
 1. Strategi SxO
 - a. Meningkatkan produksi arang tempurung kelapa
 - b. Memperluas pemasaran ke industri berbahan dasar arang tempurung
 - c. Memanfaatkan platform media sosial untuk membangun otoritas merek
 2. Strategi SxT
 - a. ¹ Menjalin kemitraan dengan distributor dalam pelayanan terhadap konsumen untuk menjaga loyalitas konsumen agar tidak berpindah ke pesaing ataupun ke produk substitusi arang tempurung.
 - b. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan memanfaatkan potensi sebaik mungkin
 - c. ¹ Menjalin kerja sama atau kemitraan dengan pemasok bahan baku untuk menjaga ketersediaan bahan baku
 3. Strategi WxO
 - a. Meningkatkan kemampuan manajemen usaha melalui pendidikan dan pelatihan

- b. Menggunakan teknologi dalam kegiatan produksi
- c. Menggunakan alat pengering agar tidak bergantung dengan cuaca

4. Strategi WxT

- a. Mencari sumber bahan baku alternatif untuk keberlanjutan usaha
- b. ¹ Membuat tempat untuk mengeringkan arang tempurung yang tidak dipengaruhi oleh perubahan cuaca
- c. ¹ Melakukan perbaikan dalam pengelolaan usaha dan proses produksi sehingga menghasilkan produk yang mampu bersaing

5.2 Saran

1. Diharapkan agar pelaku usaha terus ²² memproduksi arang tempurung kelapa dengan merancang kualitas barang yang menarik. Meningkatkan kualitas dan kuantitas arang tempurung kelapa untuk menjaga kepuasan pelanggan.
2. Diharapkan untuk melakukan peningkatan alat alat produksi dari yang sederhana ke modern supaya meningkatkan hasil yang lebih baik dan menyediakan alat pengering sendiri agar tidak bergantung dengan cuaca lagi

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah. 2005. Virgin Coceounut Oil. Jakarta: Erlangga.
- Anonim. 2019. Produksi Tanaman Kelapa. Jakarta: Erlangga.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70
- Azrina.2017. Analisis Kelayakan Agroindustri Arang Tempurung di Gampong Barat Lanyan Kecamatan jangka Kabupaten Bireun (studi kasus usaha bapak Razali). *Jurnal S Pertanian*. Vol. 1 No.1, 63-69.
- Boediono. 1999. Teori Pertumbuhan Ekonomi. Yogyakarta: BPFE.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Indragiri Hilir. (2021). Kecamatan Tempuling dalam Angka 2021. Tembilahan: BPS Kabupaten Indragiri Hilir
- Christina RN dan Noorce CB, 2006, Perbedaan Efektivitas Karbon Aktif Tempurung Kelapa Dan Arang Kayu Dalam Menurunkan Tingkat Kekeruhan Pada Proses Filtrasi Pengolahan Limbah Cair Industri Tahu., MKM Vol.01 No. 0
- Freddy, Rangkuti. 2006. Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Harjono, M.S.I. 1997. Teknik Pengembangan Kelapa Kopyor. Solo: CV Aneka
- Hendra, D. 2007. Pembuatan arang aktif dari limbah pembalakan kayu pupsa dengan teknologi produksi skala semi pilot.
- Hermanto, F. 1994. Ilmu Usahatani. Swadaya.
- Jauch, Lawrence, William, & Glueck.1988. Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan.Erlangga.
- Kurniati, Y. 2010. Kajian Penambahan Sari Ubi Jalar sebagai Sumber Prebiotik pada Susu Kelapa yang Difermentasi oleh *Lactobacillus casei* FNCC 0090. Tesis. Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Kurniawan, A., & Santoso, A. (2017).Pengembangan Usahatani Arang Tempurung Kelapa Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Petani di Desa Juwangi Kecamatan Mirit Kabupaten Banyuwangi.*Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 4(2), 91-100.
- Pari, G., Mahfudin, & Jajuli. (2012). Teknologi Pembuatan Arang, Briket Arang dan Arang Aktif serta Pemanfaatannya.

- Palungkun, R. (2001). Aneka produk olahan kelapa. Penebar Swadaya, Jakarta
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (1991). Formulation, implementation, and control of competitive strategy. Richard D. Irwin.
- Puspasari, A. T., & Widiyanto, W. (2015). Strategi pengembangan industry kecil lanting Di Kabupaten Kebumen. *Dinamika Pendidikan Unnes*, 10 (2), 62236
- Rangkuti, F. 2006. Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2008. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sawitri, N., & Afiza, Y. (2019). Strategi pengembangan arang tempurung kelapa sebagai produk alternatif untuk meningkatkan pendapatan petani kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Agribisnis Unisi*, 8(2), 82–102. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v8i2.854>
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT dan QSPM (Studi kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Suhardiyanto, B., & Handayani, T. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Usahatani Arang Tempurung Kelapa di Desa Batuagung Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar. *Jurnal Ekonomi dan Agribisnis*, 32(2), 125–137.
- Subandiyono, Pramudya, B., & Pandjaitan, N. H. (2007). Prospek usaha pembuatan arang tempurung kelapa (Studi kasus UD. Beringin Jaya). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 2(1), 12–23.
- Susanto, A., & Setiawan, A. (2018). Pengembangan Usaha Arang Tempurung Kelapa di Desa Margodadi Kecamatan Giritontro Kabupaten Wonogiri. *Jurnal Agro Ekonomi*, 36(1), 1–13.
- Widodo, S., & Suryanto, P. (2016). Strategi Pengembangan Usahatani Arang Tempurung Kelapa di Desa Banyuanyar Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 4(1), 21–30.
- Widodo, I. G., Sutriyatna, & Widagdo, E. (2010). Upaya penerapan teknologi pengolahan arang tempurung kelapa untuk meningkatkan nilai tambah petani di Kecamatan Sei Raya Kabupaten Bengkayang. *Jurnal IPREKAS: Ilmu Pengetahuan dan Rekayasa*, 3(2), 8–13.

LAMPIRAN

Lampiran1. Hasil Analisis Data Responden Untuk Mencari Nilai Bobot, Rating
Dan Skor Total

58

Matriks IFE

NO	Kekuatan	Responden	Rating	Bobot	Bobot x Rating
1	Produk yang berkualitas	4	5	0,19	0,95
2	Memiliki pengalaman dalam usaha	4	4	0,19	0,76
3	Lokasi usaha yang strategis	4	4	0,19	0,76
4	Usaha memakai modal sendiri	3	4	0,15	0,6
				0,72	3,07
NO	Kelemahan				
1	Manajemen usaha masih sederhana	2	2	0,09	0,18
2	Peralatan usaha masih sederhana	2	2	0,09	0,18
3	Proses pengeringan hanya mengandalkan matahari	1	1	0,05	0,05
4	Kurangnya teknologi pengolahan arang modern	1	2	0,05	0,1
		21		0,28	0,51
TOTAL MATRIKS IFE				1	3,58
Matriks EFE					
NO	Peluang				
1	Harga jual tinggi dan stabil	4	5	0,2	1
2	Permintaan tinggi	4	4	0,2	0,8
3	Produk memiliki pelanggan tetap	3	4	0,15	0,6
4	Peluang pasar yang luas	4	4	0,2	0,8
				0,75	3,2
NO	Ancaman				
1	Keterbatasan jadwal pengiriman produk	2	2	0,05	0,1

2	Hambatan dalam mendapatkan transportasi	2	2	0,05	0,1
3	Persaingan dalam usaha	2	2	0,1	0,2
4	Kondisi tanaman kelapa yang sudah tua sehingga produk berkurang dapat mengurangi bahan baku dimasa yang akan datang	1	1	0,05	0,1
		20		0,25	0,5
TOTAL MATRIKS EFE				1	3,7

Lampiran 2. Dokumentasi



22
Pembakaran Arang Tempurung Kelapa



Pembakaran Arang Tempurung Kelapa



Tempurung Kelapa



22

Tempat Penjemuran Arang Tempurung Kelapa



Drum Pembakaran Arang Tempurung Kelapa



Arang Tempurung Kelapa

SKRIPSI YOGAA SAPUTRA Agribisnis.pdf

ORIGINALITY REPORT

59%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.unisi.ac.id Internet	1510 words — 15%
2	ojs.selodangmayang.com Internet	591 words — 6%
3	creatormedia.my.id Internet	524 words — 5%
4	123dok.com Internet	316 words — 3%
5	repository.uin-suska.ac.id Internet	248 words — 2%
6	repository.unisi.ac.id Internet	247 words — 2%
7	repository.ub.ac.id Internet	240 words — 2%
8	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet	222 words — 2%
9	docplayer.info Internet	185 words — 2%
10	text-id.123dok.com Internet	159 words — 2%
11	Nabila Dea Fadila, Winda Rahmawati, Siti Suharyatun, Agus Haryanto. "Kinerja Industri Kecil Arang Tempurung Kelapa", Jurnal Agricultural Biosystem Engineering, 2023 Crossref	134 words — 1%

12	Internet	105 words — 1%
13	ojs3.unpatti.ac.id Internet	97 words — 1%
14	eprints.radenfatah.ac.id Internet	92 words — 1%
15	repository.uncp.ac.id Internet	80 words — 1%
16	jurnal.agribisnis.umi.ac.id Internet	78 words — 1%
17	adoc.pub Internet	73 words — 1%
18	kecamatantempuling.wordpress.com Internet	60 words — 1%
19	repository.utu.ac.id Internet	58 words — 1%
20	repository.nobel.ac.id Internet	56 words — 1%
21	bappelitbangda.sulselprov.go.id Internet	43 words — < 1%
22	ejournal.unsrat.ac.id Internet	41 words — < 1%
23	repository.ump.ac.id Internet	39 words — < 1%
24	repository.ipb.ac.id Internet	36 words — < 1%
25	pt.scribd.com Internet	35 words — < 1%
26	repository.unisba.ac.id:8080 Internet	29 words — < 1%

27	digilib.unila.ac.id Internet	27 words — < 1%
28	eprints.uns.ac.id Internet	27 words — < 1%
29	repository.unibos.ac.id Internet	27 words — < 1%
30	repository.uir.ac.id Internet	24 words — < 1%
31	doku.pub Internet	23 words — < 1%
32	faperta.unmul.ac.id Internet	23 words — < 1%
33	journal.ipb.ac.id Internet	23 words — < 1%
34	repositori.utu.ac.id Internet	23 words — < 1%
35	repository.stiepar.ac.id Internet	23 words — < 1%
36	repository.uinjkt.ac.id Internet	23 words — < 1%
37	repository.umsu.ac.id Internet	23 words — < 1%
38	bluegulzz.wordpress.com Internet	22 words — < 1%
39	repository.ipb.ac.id:8080 Internet	22 words — < 1%
40	repository.unj.ac.id Internet	19 words — < 1%
41	repository.upnjatim.ac.id Internet	17 words — < 1%

42	pertambangan-emas-lembata.blogspot.com Internet	15 words — < 1%
43	repositori.umsu.ac.id Internet	15 words — < 1%
44	repositori.unsil.ac.id Internet	15 words — < 1%
45	repository.uinsu.ac.id Internet	15 words — < 1%
46	Fastabikhul Khairatih Kardi, Sayekti Handayani. "Strategy of Developing Beef Cattle Business in Bali Indah Farmer Groups in Padalembara Village, Poso Regency", Jurnal Ilmiah AgriSains, 2022 Crossref	14 words — < 1%
47	repository.unej.ac.id Internet	14 words — < 1%
48	usahatanpamodaltepungtempe.blogspot.com Internet	14 words — < 1%
49	core.ac.uk Internet	13 words — < 1%
50	digilib.unhas.ac.id Internet	13 words — < 1%
51	repository.uisu.ac.id Internet	13 words — < 1%
52	Luky Andreas surya Efendy, Joyce Lopian, Djurwati Soepeno. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Nomad Coffee Shop", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022 Crossref	12 words — < 1%
53	repository.uniks.ac.id Internet	12 words — < 1%
54	a-research.upi.edu Internet	11 words — < 1%
55	eprints.uny.ac.id Internet	

		11 words — < 1%
56	jurnalbest.com Internet	11 words — < 1%
57	repository.ar-raniry.ac.id Internet	11 words — < 1%
58	Eri Lisdiyanto, Erna Indriastiningsih, Yunita Primasanti. "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PERLENGKAPAN RUMAH TANGGA DENGAN METODE SWOT DAN QSPM DI TOKO BERKAH ABADI", Jurnal Aplikasi Ilmu Teknik Industri (JAPTI), 2023 Crossref	10 words — < 1%
59	Rahmat Alfarizqi, Marhawati Mappatoba, Husnul Khatimah. "STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK PISANG PADA INDUSTRI SOFIE LOCALFOOD DI KOTA PALU", Jurnal Pembangunan Agribisnis (Journal of Agribusiness Development), 2022 Crossref	10 words — < 1%
60	etd.uinsyahada.ac.id Internet	10 words — < 1%
61	repo.itsm.ac.id Internet	10 words — < 1%
62	repositori.uma.ac.id Internet	10 words — < 1%
63	repository.uinsaizu.ac.id Internet	10 words — < 1%
64	zombiedoc.com Internet	10 words — < 1%
65	Andi Sahrul Hidayat, Ahmad Adrisman Bilondatu, Kasandra Kasandra, Lilis M Usia et al. "Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Produksi Arang Tempurung Kelapa sebagai Strategi Pengembangan UMKM di Desa Bube Baru", JGEN : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2026 Crossref	9 words — < 1%
66	arpusda.semarangkota.go.id Internet	9 words — < 1%

67	elib.pnc.ac.id Internet	9 words — < 1%
68	id.123dok.com Internet	9 words — < 1%
69	www.laditatour.com Internet	9 words — < 1%
70	www.pandaflorist.com Internet	9 words — < 1%
71	ANGELINA CAROLIN B2042152001. "ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP BUYING DECISION SERTA DAMPAKNYA PADA SATISFACTION (Survei Pada Konsumen Produk Kosmetik Rossa Beauty Di Kota Pontianak)", Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME), 2019 Crossref	8 words — < 1%
72	Dwi Saputra, Kuniawan Salim, Christianingrum Christianingrum. "Strategi Pengelolaan Ekowisata Mangrove Munjang di Desa Kurau Barat Kabupaten Bangka Tengah", Akuatik: Jurnal Sumberdaya Perairan, 2019 Crossref	8 words — < 1%
73	Sharon E.E Repi, Lexy K Rarung, Djuwita R.R Aling. "ANALISIS FINANSIAL ALAT TANGKAP BAGAN DI DESA TATELI WERU KECAMATAN MANDOLANG KABUPATEN MINAHASA", AKULTURASI (Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan), 2016 Crossref	8 words — < 1%
74	Suci Eka Safitri, Agus Wartapa, Sukadi. "Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Perbenihan Padi Gapoktan Pandowo Mulyo Kelurahan Pandowoharjo, Kapanewon Sleman, Kabupaten Sleman", Prosiding Seminar Nasional Pembangunan dan Pendidikan Vokasi Pertanian, 2021 Crossref	8 words — < 1%
75	Yuda Pratama, Nina Lelawati, Fitriani. "Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Pada Toko Elephant Cellular", Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI, 2026 Crossref	8 words — < 1%
76	skripsi-suim.blogspot.com Internet	8 words — < 1%

77	www.researchgate.net Internet	8 words — < 1%
78	Sri Kemala, Diah Permata, Almasdi, Rina Supriyanita, Lya Mardiaty. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Songket Pada Studio Songket Palantaloom Kecamatan IV Angkek", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2023 Crossref	7 words — < 1%
79	Silpanus Silpanus, Magdalena Wullur, Jacky S. B. Sumarauw. "IDENTIFIKASI DESAIN JARINGAN MANAJEMEN RANTAI PASOK ARANG TEMPURUNG KELAPA DI MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus di Desa Tatakalai Kecamatan Tinangkung Utara)", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022 Crossref	6 words — < 1%
80	afidburhanuddin.wordpress.com Internet	6 words — < 1%
81	ejurnal.undana.ac.id Internet	6 words — < 1%
82	repository.radenintan.ac.id Internet	6 words — < 1%
83	repository.upstegal.ac.id Internet	6 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE SOURCES OFF
EXCLUDE MATCHES OFF