

Strategi Marketing Ekspor Kayu Manis PT Mekar Saluyu Grup Ke Pasar Belanda

Mochamad Hazmi Aufa
Universitas Padjadjaran, Indonesia
Email: hazmi28mi@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif bagi PT Mekar Saluyu Grup dalam mengekspor kayu manis ke Belanda. Sebagai salah satu komoditas ekspor utama Indonesia, kayu manis memiliki permintaan tinggi di pasar global, termasuk di Belanda, berkat manfaat kesehatannya dan penggunaannya yang luas dalam industri makanan, farmasi, dan kosmetik. Penelitian ini menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja ekspor perusahaan, menggunakan pendekatan mixed-method dengan pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif. Wawancara dengan pemangku kepentingan perusahaan, importir, serta analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Hasil penelitian menunjukkan peluang ekspor yang signifikan di pasar Belanda, namun perusahaan menghadapi tantangan seperti keterbatasan sumber daya dan persyaratan sertifikasi untuk memenuhi standar Eropa. Penelitian ini merekomendasikan PT Mekar Saluyu Grup untuk meningkatkan kapabilitas internal, memanfaatkan perjanjian perdagangan seperti IEU-CEPA, dan mengadopsi strategi pemasaran yang lebih fleksibel guna meningkatkan pangsa pasar di Belanda. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis bagi PT Mekar Saluyu Grup dalam meningkatkan strategi ekspor mereka dan berkontribusi pada industri ekspor kayu manis di Indonesia, serta menawarkan perspektif berharga tentang strategi pemasaran internasional.

Kata Kunci: Ekspor Kayu Manis; Strategi Pemasaran; Analisis SWOT.

Abstract

This research aims to formulate a marketing strategy for PT Mekar Saluyu Grup's cinnamon exports to the Dutch market. Cinnamon is one of Indonesia's leading commodities, with increasing global demand, particularly in the Netherlands, due to its health benefits and applications in the food, pharmaceutical, and cosmetic industries. This study identifies internal and external factors that affect cinnamon export performance. The research uses a combination of qualitative and quantitative methods, including interviews with internal company stakeholders and importers, along with a SWOT analysis to assess strengths, weaknesses, opportunities, and threats in the export strategy. The findings show significant potential for cinnamon exports to the Netherlands, but key challenges such as limited resources and required product certifications to meet European market standards remain. It is recommended that the company strengthen its internal capabilities, leverage cooperation opportunities through trade agreements like the IEU-CEPA, and develop a more adaptive marketing strategy to increase market penetration in the Netherlands. This research is expected to provide practical benefits to PT Mekar Saluyu Grup and other stakeholders in the cinnamon industry, while also contributing theoretically to the field of international marketing.

Keywords: Marketing strategy, cinnamon export, PT Mekar Saluyu Grup, Netherlands, SWOT analysis, product certification, international marketing.

PENDAHULUAN

Industri kayu manis memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam sektor pertanian dan ekspor (Asrini et al., 2021). Kayu manis (*Cinnamomum verum*) dengan *Harmonized System* 090611 merupakan salah satu komoditas rempah unggulan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan permintaan pasar global yang terus meningkat. Indonesia sendiri merupakan salah satu produsen kayu manis terbesar di dunia, bersaing dengan negara-negara seperti China, Vietnam, dan Sri Lanka (Astuti, 2018; Ayuningsih & Setiawana, 2014; Elisabeth & Falatehan, 2022a; Puspita & Tantri, 2021; Sukris Nopi, 2019).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), produksi kayu manis Indonesia pada tahun 2022 mencapai 95.000 ton, meningkat sebesar 5% dibandingkan tahun sebelumnya. Sementara itu, nilai ekspor kayu manis Indonesia pada tahun yang sama mencapai US\$ 50 juta, menunjukkan potensi ekspor yang besar dan peluang bagi para pelaku usaha di sektor ini.

Tingginya permintaan kayu manis di pasar global didorong oleh berbagai faktor, termasuk meningkatnya kesadaran konsumen akan manfaat kesehatan kayu manis, seperti sifat antioksidan, anti inflamasi, dan kemampuannya dalam mengatur kadar gula darah (Rindy Cantika Istyawati et al., 2023). Selain itu, kayu manis juga digunakan secara luas dalam industri makanan dan minuman, farmasi, serta kosmetik. Beberapa bagian dari kayu manis, seperti cabang, kulit batang, dan daun, digunakan sebagai rempah-rempah untuk menyedapkan makanan dalam bentuk gulungan kering (Baguna & Kaddas, 2021; Husen et al., 2023; Pranata jaka, 2019; Siddik, 2023; Suhery, Putra & Jasmalinda, 2021).

Peningkatan produksi ini mengindikasikan adanya perkembangan yang baik dalam sektor perkebunan kayu manis di Indonesia. Faktor-faktor seperti perluasan lahan tanam, peningkatan produktivitas, dan permintaan pasar yang stabil kemungkinan berkontribusi terhadap tren positif ini (Surya, 2013). Data ini memberikan gambaran optimisme bagi para pemangku kepentingan di industri kayu manis, serta menunjukkan potensi pertumbuhan yang berkelanjutan di masa mendatang.

Namun, tren penurunan ini tidak berlanjut. Tahun 2022 menandai titik balik dengan peningkatan volume ekspor menjadi 3.871 ton, mendekati angka awal periode pengamatan. Meskipun demikian, semester kedua tahun 2023 kembali menunjukkan penurunan tipis menjadi 3.695 ton.

Menurut Rachmawati (2007), aroma khas dan rasa hangat kayu manis memberikan sentuhan unik yang sangat disukai oleh masyarakat Belanda. Tingginya permintaan terhadap kayu manis Indonesia di pasar Belanda disebabkan oleh beberapa faktor utama. Pertama, kualitas tinggi yang dimiliki oleh kayu manis Indonesia, terutama karena kondisi tanah dan iklim yang sangat ideal untuk pertumbuhannya, menjadikannya unggul dibandingkan produk serupa dari negara lain. Kedua, citra positif kayu manis Indonesia sebagai rempah-rempah alami dan sehat mendorong konsumen Belanda yang kini semakin sadar akan produk berkualitas dan ramah lingkungan untuk memilih produk ini. Ketiga, adanya promosi aktif dari pemerintah Indonesia dan berbagai pemangku kepentingan lainnya melalui pameran dagang, festival makanan, serta kampanye pemasaran turut mendorong visibilitas dan permintaan pasar.

Untuk memenuhi standar ekspor ke Belanda, kayu manis Indonesia harus mematuhi spesifikasi yang sangat ketat sesuai dengan standar Eropa. Dari segi kualitas, jenis kayu manis *Cassia* (*Cinnamomum cassia*) lebih disukai karena rasanya yang kuat serta kandungan minyak esensialnya yang tinggi. Bentuknya harus berupa gulungan utuh (*quills*), tidak patah, berwarna coklat kemerahan yang seragam, dengan aroma kuat dan khas, rasa pedas manis yang hangat, serta ketebalan kulit yang seragam. Di sisi keamanan pangan, kayu manis yang diekspor harus bebas dari kontaminasi mikrobiologis seperti *Salmonella* dan *E. coli*, bebas residu pestisida melebihi ambang batas, dan bebas dari logam berat seperti timbal, merkuri, serta kadmium.

Selain itu, ekspor kayu manis ke Belanda juga memerlukan berbagai sertifikasi komoditas. Sertifikasi organik dari badan yang diakui Uni Eropa seperti EU Organic Certification sangat penting, terutama jika produk dipasarkan sebagai organik. Sertifikasi HACCP dibutuhkan untuk memastikan keamanan pangan dengan mengendalikan titik kritis dalam proses produksi. Sertifikasi GMP diperlukan untuk menjamin standar kualitas di seluruh tahapan produksi, sedangkan ISO 22000 merupakan standar internasional yang menggabungkan sistem manajemen mutu ISO 9001 dengan prinsip-prinsip HACCP guna memastikan keamanan produk pangan. Tidak kalah penting, sertifikasi GAP (Good

Agricultural Practices) diperlukan untuk menyatakan bahwa produk telah diproduksi secara aman dan ramah lingkungan. GAP juga mencakup penggunaan bahan pertanian yang aman, pengendalian hama yang tepat, pengelolaan pascapanen, serta prinsip traceability atau kemampuan untuk menelusuri asal-usul produk dari pasar hingga ke kebun, sebagaimana dijelaskan oleh Kementerian Pertanian (2021).

Salah satu perusahaan yang telah melihat potensi besar dari ekspor kayu manis ke Belanda adalah PT. Mekar Saluyu Grup yang berbasis di Bandung. Perusahaan ini mengelola sekitar 70 hektar lahan perkebunan, sebagian besar ditanami kayu manis. Dengan luas lahan tersebut, perusahaan mampu memproduksi kayu manis dalam jumlah besar serta memenuhi berbagai standar kualitas yang disyaratkan untuk pasar ekspor. Produksi dalam skala besar ini menjadi peluang penting untuk memasok permintaan yang terus meningkat dari pasar Belanda, sekaligus memperkuat posisi Indonesia sebagai pemasok utama kayu manis berkualitas tinggi di pasar global.

PT Mekar Saluyu Grup merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan dan telah menunjukkan eksistensinya di pasar internasional. Perusahaan ini telah berhasil melakukan ekspor produk kayu manis ke berbagai negara di kawasan Eropa Timur, terutama India dan Aljazair. Selain itu, PT Mekar Saluyu Grup juga telah menjangkau pasar Malaysia, meskipun dalam skala yang lebih kecil.

Namun, tidak berhenti di situ, PT Mekar Saluyu Grup memiliki visi untuk terus mengembangkan jangkauan pasarnya. Saat ini, perusahaan tengah berupaya untuk mengekspansi usaha ekspor kayu manis ke Belanda. Belanda dipilih sebagai target pasar baru karena memiliki potensi yang besar dengan tingkat konsumsi kayu manis yang tinggi. Ekspansi ke pasar Belanda ini diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan dan memperkuat posisi PT Mekar Saluyu Grup sebagai pemain penting dalam industri kayu manis di kancah internasional.

Pihak PT Mekar Saluyu Grup menambahkan setelah tahun 2021, volume ekspor mulai pulih, namun belum mencapai tingkat sebelum pandemi. Pada tahun 2022, volume ekspor hanya mencapai 10 ton, jauh di bawah kapasitas pada tahun-tahun sebelumnya. Kemudian pada tahun 2023, terjadi peningkatan menjadi 24 ton, menandakan adanya upaya pemulihan yang terus dilakukan oleh perusahaan.

Disisi lain dengan meningkatnya permintaan kayu manis di pasar global, isu deforestasi lahan hutan kayu manis menjadi perhatian serius yang baru-baru ini muncul. Praktik pembukaan lahan hutan untuk perluasan area tanam kayu manis, jika tidak dilakukan secara berkelanjutan, dapat mengancam kelestarian lingkungan dan berdampak negatif pada industri kayu manis itu sendiri (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2022). Deforestasi dapat menyebabkan kerusakan ekosistem, hilangnya keanekaragaman hayati, dan bahkan perubahan iklim. Bagi pengusaha kayu manis, isu ini menjadi ancaman potensial karena dapat mengganggu pasokan bahan baku, merusak citra merek, dan bahkan menimbulkan hambatan perdagangan di pasar internasional yang semakin peduli terhadap isu lingkungan (Jainuddin, 2023). Oleh karena itu, penting bagi para pelaku industri kayu manis untuk memperhatikan praktik budidaya yang berkelanjutan dan ramah lingkungan demi menjaga keberlangsungan bisnis dan kelestarian sumber daya alam.

Meskipun volume ekspor belum sepenuhnya pulih, peningkatan pada 2023 menunjukkan bahwa PT Mekar Saluyu Grup berupaya mengatasi dampak pandemi dan kembali ke produksi normal untuk memenuhi permintaan pasar yang meningkat. Namun, perusahaan menghadapi kendala utama dalam hal sertifikasi produk dan proses pasca panen. Sertifikasi diperlukan untuk memastikan produk memenuhi standar kualitas dan keamanan pasar Belanda. Selain itu, optimasi proses pasca panen seperti pengeringan, penyimpanan, dan pengemasan juga penting untuk menjaga kualitas produk. PT Mekar Saluyu Grup menghadapi tantangan

biaya sertifikasi yang tinggi, terutama untuk sertifikasi internasional seperti organik atau *Fairtrade*, serta kurangnya pemahaman mengenai persyaratan dan keterbatasan SDM di bidang pertanian, pengolahan pangan, dan manajemen mutu.

Kegagalan PT. Mekarsaluyu Grup dalam memenuhi standar ekspor kayu manis ke Belanda dapat membawa konsekuensi serius yang mencakup berbagai aspek krusial bagi keberlangsungan bisnis perusahaan. Pertama, dari sisi kerugian finansial langsung, penolakan produk oleh pihak Belanda akan menyebabkan hilangnya investasi yang telah dikeluarkan untuk proses produksi, biaya pengiriman, hingga penyimpanan produk. Dana yang telah dikeluarkan menjadi sia-sia dan dapat mengganggu arus kas perusahaan secara signifikan. Kedua, kegagalan ini berpotensi menimbulkan kerusakan reputasi yang serius. Ketidakmampuan memenuhi standar kualitas akan menurunkan tingkat kepercayaan mitra dagang internasional, membuat PT. Mekarsaluyu Grup kesulitan dalam memperoleh pesanan baru maupun mempertahankan kerja sama bisnis yang sudah terjalin. Dalam jangka panjang, hal ini dapat berdampak pada penurunan volume penjualan serta penyusutan pangsa pasar di luar negeri.

Ketiga, perusahaan juga berisiko menghadapi sanksi dan denda dari otoritas Belanda. Sanksi tersebut dapat berupa denda finansial, larangan ekspor produk ke negara tersebut, bahkan kemungkinan tuntutan hukum apabila dianggap telah melanggar peraturan perdagangan atau kesehatan konsumen. Konsekuensi hukum ini tidak hanya akan membebani secara ekonomi, tetapi juga memperburuk citra perusahaan di kancah internasional.

Ketidakmampuan memenuhi persyaratan pasar dapat memaksa perusahaan untuk berinvestasi dalam peningkatan kualitas produk, sertifikasi, dan pelatihan karyawan, yang akan meningkatkan biaya operasional dan mengurangi keuntungan jangka pendek. Produksi kayu manis Indonesia menunjukkan tren positif, dengan 93.862 ton pada 2023 dan nilai ekspor US\$50 juta, mencerminkan permintaan global yang tinggi. Ini membuka peluang bagi PT Mekar Saluyu Grup untuk memperluas ekspor ke Belanda, meskipun persaingan dengan negara produsen lain sangat ketat.

Di pasar Belanda, perubahan perilaku konsumen yang lebih peduli pada kesehatan dan keberlanjutan memerlukan strategi pemasaran yang adaptif. PT Mekar Saluyu Grup harus mengatasi tantangan internal seperti keterbatasan volume produksi dan rendahnya brand awareness di pasar Belanda. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan kesadaran merek melalui pameran internasional, website profesional, dan materi promosi dalam bahasa Belanda. Selain itu, optimalisasi distribusi melalui kerjasama dengan importir lokal dan penggunaan e-commerce juga penting.

Strategi pemasaran harus menekankan keunggulan kayu manis Indonesia, seperti kualitas premium, aroma khas, dan manfaat kesehatan. Penyesuaian produk dan strategi pemasaran dengan preferensi konsumen Belanda melalui riset pasar yang rutin akan membantu perusahaan tetap kompetitif. Penelitian ini akan menggunakan analisis SWOT, IFAS, dan EFAS untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif, dengan fokus pada kekuatan internal dan peluang eksternal, untuk membantu PT Mekar Saluyu Grup meningkatkan ekspor ke Belanda dan mencapai tujuannya di pasar internasional..

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran ekspor kayu manis dari PT. Mekar Saluyu Grup ke pasar Belanda. Identifikasi ini penting untuk memahami kondisi perusahaan secara menyeluruh, baik dari sisi kekuatan dan kelemahan internal maupun peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dalam proses ekspor. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif dan aplikatif bagi PT. Mekar Saluyu Grup dalam upaya meningkatkan volume dan keberlanjutan ekspor kayu manis ke pasar Belanda. Strategi yang dirancang diharapkan mampu

meningkatkan daya saing perusahaan di pasar internasional serta memperkuat posisi produk kayu manis Indonesia di mata konsumen global, khususnya di Eropa.

Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan mengintegrasikan analisis SWOT, IFAS, dan EFAS dalam merumuskan strategi pemasaran ekspor kayu manis dari PT Mekar Saluyu Grup ke pasar Belanda, sebuah pendekatan yang belum banyak diterapkan secara komprehensif pada komoditas rempah di Indonesia. Penelitian ini mengisi gap penelitian sebelumnya yang cenderung fokus pada aspek produksi atau statistik ekspor, namun belum menyoroti secara mendalam strategi pemasaran berbasis kekuatan internal dan peluang eksternal dalam konteks persaingan global dan regulasi ketat pasar Eropa. Implikasi dari penelitian ini sangat relevan bagi perusahaan ekspor agribisnis, karena memberikan peta strategi berbasis analisis aktual yang dapat diimplementasikan secara langsung oleh pelaku industri. Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi PT Mekar Saluyu Grup dalam meningkatkan daya saing dan perluasan pasar ke Belanda, sekaligus secara teoritis memperkaya literatur tentang strategi pemasaran internasional berbasis komoditas unggulan Indonesia.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam rangka mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan, penelitian ini akan menggunakan pendekatan *mixed methods*, yang merupakan kombinasi dari metode penelitian kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam tentang fenomena yang diteliti, yaitu strategi pemasaran ekspor kayu manis PT Mekar Saluyu Grup ke pasar Belanda.

Metode kuantitatif akan digunakan untuk mengumpulkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik. Data ini akan diperoleh melalui survei serta analisis data internal perusahaan terkait produksi dan penjualan kayu manis. Analisis statistik akan membantu mengidentifikasi tren, pola, dan hubungan antara berbagai variabel yang mempengaruhi pemasaran ekspor kayu manis.

Sementara itu, metode kualitatif akan digunakan untuk menggali informasi yang lebih mendalam dan kaya tentang persepsi, motivasi, dan perilaku konsumen, serta tantangan dan peluang yang dihadapi perusahaan dalam pemasaran ekspor kayu manis. Data kualitatif akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pihak manajemen PT Mekar Saluyu Grup dan ahli di bidang pemasaran dan perdagangan internasional. Analisis data kualitatif akan membantu memahami konteks dan makna di balik data kuantitatif, serta mengidentifikasi faktor-faktor penting yang mungkin tidak terungkap melalui analisis statistik semata.

Pendekatan *mixed methods* dipilih dalam penelitian ini karena menawarkan sejumlah keunggulan yang relevan dengan tujuan dan kompleksitas studi. Pertama, metode ini memungkinkan triangulasi data dengan menggabungkan temuan dari data kuantitatif dan kualitatif. Melalui proses ini, hasil dari kedua jenis data dapat dibandingkan dan diverifikasi, sehingga meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan secara keseluruhan. Kedua, pendekatan ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Data kualitatif berperan dalam menjelaskan hasil temuan kuantitatif secara lebih kontekstual dan interpretatif, sehingga memperkaya pemahaman peneliti terhadap dinamika yang terjadi di lapangan.

Selanjutnya, kombinasi metode ini juga memungkinkan identifikasi faktor-faktor kritis yang memengaruhi aktivitas pemasaran ekspor kayu manis. Faktor-faktor tersebut mencakup aspek internal perusahaan seperti sumber daya dan kapabilitas, serta faktor eksternal seperti kondisi pasar, regulasi, dan preferensi konsumen internasional. Terakhir, dengan memahami faktor-faktor penting tersebut, penelitian ini dapat mendorong pengembangan strategi pemasaran ekspor yang lebih tepat dan efektif. Strategi yang dihasilkan akan lebih responsif

terhadap kebutuhan pasar global dan lebih sesuai dengan kondisi spesifik perusahaan, sehingga meningkatkan peluang keberhasilan dalam ekspor kayu manis ke pasar internasional.

Dengan demikian, pendekatan mixed methods diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman tentang strategi pemasaran ekspor kayu manis PT Mekar Saluyu Grup ke pasar Belanda, serta memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja ekspornya.

Jenis Pengumpulan Data Penelitian

Data Primer

Data primer merujuk pada data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber aslinya. Berbagai metode untuk mengumpulkan data primer meliputi wawancara, observasi, dan diskusi kelompok terfokus (focus group discussion/FGD) (Rizky Fadilla & Ayu Wulandari, 2023).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui dua metode utama, yaitu wawancara dan penyebaran kuesioner. Wawancara mendalam dilakukan kepada pihak internal PT Mekar Saluyu Grup, eksportir yang telah berpengalaman dalam mengeksport kayu manis ke Belanda, serta pihak Free Trade Agreement Center. Tujuannya adalah untuk menggali informasi kualitatif yang mendalam mengenai persepsi, motivasi, tantangan, dan peluang yang berkaitan dengan ekspor kayu manis.

Sementara itu, kuesioner disebarakan kepada pihak internal PT Mekar Saluyu Grup untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai kinerja ekspor, kendala yang dihadapi, serta strategi pemasaran yang telah diterapkan. Data yang diperoleh dari kedua metode ini akan dianalisis secara terpadu untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang strategi pemasaran ekspor kayu manis PT Mekar Saluyu Grup ke pasar Belanda.

Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi antara dua pihak atau lebih. Wawancara ini biasanya dilakukan secara tatap muka, di mana satu pihak berperan sebagai pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan, dan pihak lainnya sebagai narasumber (*interviewee*) yang memberikan jawaban. Tujuan dari wawancara ini bisa bermacam-macam, seperti untuk mendapatkan informasi tertentu atau mengumpulkan data (Fadhilah, 2020 :3).

Wawancara mendalam merupakan instrumen krusial dalam penelitian ini untuk menggali perspektif dan wawasan mendalam dari berbagai pemangku kepentingan. Melalui interaksi langsung dengan pihak internal PT Mekar Saluyu Grup, importir di Belanda, dan ahli terkait, peneliti berupaya mengungkap dinamika pasar, tantangan, serta peluang yang melingkupi ekspor kayu manis Indonesia. Wawancara ini memungkinkan peneliti memperoleh informasi kualitatif yang kaya dan terperinci, yang tidak dapat diungkap sepenuhnya melalui data kuantitatif. Dengan demikian, wawancara memperkuat validitas temuan penelitian dan memberikan landasan kokoh bagi perumusan strategi pemasaran ekspor yang efektif dan berkelanjutan.

Kuesioner

Selain wawancara, penelitian ini juga memanfaatkan kuesioner yang disebarakan kepada pihak internal PT Mekar Saluyu Grup. Kuesioner ini dirancang untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai berbagai aspek yang relevan dengan ekspor kayu manis, termasuk kinerja ekspor perusahaan, kendala yang dihadapi, serta efektivitas strategi pemasaran yang telah diterapkan. Responden diminta untuk memberikan penilaian menggunakan skala Likert 1-4, di mana 1 mewakili "Sangat Tidak Setuju (STS)", 2 mewakili "Tidak Setuju (TS)", 3 mewakili "Setuju (S)", dan 4 mewakili "Sangat Setuju (SS)". Data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner ini akan diintegrasikan dengan informasi kualitatif dari wawancara, dan selanjutnya akan digunakan dalam perhitungan analisis SWOT IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) untuk memberikan gambaran yang

komprehensif tentang strategi pemasaran ekspor kayu manis PT Mekar Saluyu Grup ke pasar Belanda.

Pemanfaatan skala Likert 1-4 dalam penelitian ini didasari oleh kebutuhan untuk mengkuantifikasi persepsi dan penilaian subjektif terkait faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran ekspor kayu manis PT Mekar Saluyu Grup. Skala ini memungkinkan peneliti untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap berbagai pernyataan yang berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan.

Dengan mengkonversi penilaian kualitatif menjadi data numerik, skala Likert 1-4 memfasilitasi analisis yang lebih objektif dan terukur. Selanjutnya, data kuantitatif ini dapat digunakan dalam perhitungan matriks IFAS dan EFAS, yang merupakan bagian integral dari analisis SWOT. Melalui pembobotan dan perhitungan skor tertimbang, peneliti dapat mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang paling berpengaruh terhadap kinerja ekspor perusahaan, sehingga dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan efektif.

Kuesioner dalam penelitian ini ditujukan untuk pihak internal PT Mekar Saluyu Grup. Kriteria responden yang akan mengisi kuesioner tersebut adalah individu-individu yang memiliki pengetahuan dan pemahaman yang memadai mengenai proses bisnis, strategi pemasaran, dan kinerja ekspor kayu manis perusahaan.

Informan penelitian, responden yang akan mengisi kuesioner terdiri dari:

1. Owner PT Mekar Saluyu Grup: Pemilik perusahaan yang memiliki pandangan menyeluruh tentang bisnis dan strategi perusahaan.
2. Chief Marketing Officer: Pimpinan divisi pemasaran yang bertanggung jawab atas strategi pemasaran dan penjualan kayu manis.
3. Chief Operation Officer: Pimpinan divisi operasional yang bertanggung jawab atas proses produksi dan distribusi kayu manis.
4. Staff Operasional: Karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi, pengemasan, dan pengiriman kayu manis.
5. Staff Marketing: Karyawan yang terlibat dalam riset pasar, promosi, dan penjualan kayu manis.
6. Manager processing: mengelola proses pascapanen, kontrol kualitas, standarisasi produksi ekspor, pelaporan & dokumentasi.

Keenam responden tersebut dipilih karena mereka mewakili berbagai tingkat dan divisi dalam perusahaan, sehingga diharapkan dapat memberikan informasi yang komprehensif dan representatif mengenai faktor-faktor internal yang mempengaruhi strategi pemasaran ekspor kayu manis PT Mekar Saluyu Grup ke pasar Belanda. Berikut adalah daftar pertanyaan kuesioner yang diajukan oleh penulis :

Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi tambahan yang tidak dikumpulkan langsung dari sumber asli, tetapi diperoleh dari sumber-sumber lain. Ini berarti bahwa pengguna data tersebut tidak memiliki pengetahuan langsung mengenai topik yang sedang diselidiki, melainkan memperoleh informasi dari sumber asli lainnya (Jabnabillah et al., 2023).

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi literatur yang komprehensif, meliputi jurnal ilmiah, laporan penelitian, publikasi pemerintah, data statistik, serta sumber-sumber informasi terpercaya lainnya. Data sekunder ini berfungsi untuk memberikan landasan teoritis yang kuat bagi penelitian, serta melengkapi data primer yang diperoleh melalui wawancara dan kuesioner. Dengan menganalisis data sekunder, peneliti dapat memahami konteks industri kayu manis, tren pasar global, regulasi perdagangan internasional, serta praktik

terbaik dalam pemasaran ekspor. Integrasi data sekunder dan primer akan menghasilkan analisis yang lebih mendalam dan komprehensif, sehingga dapat memberikan rekomendasi strategis yang relevan dan bermanfaat bagi PT Mekar Saluyu Grup dalam meningkatkan kinerja ekspor kayu manis ke pasar Belanda.

Studi Pustaka

Studi pustaka yang mendalam menjadi fondasi penting dalam penelitian ini. Peneliti menyelami berbagai sumber informasi sekunder, termasuk jurnal ilmiah, laporan penelitian, publikasi pemerintah, data statistik, dan sumber-sumber relevan lainnya. Kajian literatur ini mencakup berbagai aspek, mulai dari teori perdagangan internasional, analisis SWOT dan IFAS-EFAS, hingga praktik-praktik ekspor dan karakteristik spesifik kayu manis.

Penelitian sebelumnya yang relevan juga dianalisis untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang tantangan dan strategi pemasaran ekspor, khususnya dalam konteks UMKM dan komoditas Indonesia. Studi pustaka ini tidak hanya memperkaya landasan teoritis penelitian, tetapi juga memberikan wawasan berharga mengenai tren pasar, regulasi, serta praktik-praktik terbaik yang dapat diadopsi oleh PT Mekar Saluyu Grup dalam mengembangkan strategi pemasaran ekspor kayu manis yang efektif dan berkelanjutan.

Observasi

Selain studi pustaka, observasi langsung terhadap proses produksi dan kegiatan operasional PT Mekar Saluyu Grup juga dilakukan untuk memperkaya data sekunder penelitian ini. Observasi ini memberikan wawasan mendalam tentang praktik-praktik pengelolaan perkebunan, penanganan pascapanen, serta proses produksi kayu manis yang diterapkan perusahaan. Dengan mengamati secara langsung, peneliti dapat mengidentifikasi potensi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, serta mengevaluasi kesiapan PT Mekar Saluyu Grup dalam memenuhi standar ekspor yang ketat.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini mengadopsi pendekatan *mixed methods*, yang memadukan teknik analisis data kualitatif dan kuantitatif untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif. Analisis kualitatif dilakukan melalui kerangka SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) yang dibangun berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan pihak-pihak terkait. Sementara itu, analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*), yang didasarkan pada data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada pihak internal PT Mekar Saluyu Grup. Integrasi kedua pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi mendalam sekaligus mengukur secara objektif faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran ekspor kayu manis PT Mekar Saluyu Grup ke pasar Belanda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Karakteristik Responden

Dalam proses pengambilan data ini melibatkan internal PT Mekar Saluyu Grup yang terdiri dari *Chief Excecutive Officer* (CEO), *Chief Operation Officer* (COO), *Chief Marketing Operation* (CMO), Staf Operation, Staf Marketing, Eksportir yang pernah melakukan ekspor komoditas ke Belanda, dan Pihak FTA Center Bandung.

Tabel 1. Karakteristik Responden Pada Saat Pengambilan Data

Keterangan	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	6	75%
Wanita	2	25%
Usia		
30-39	2	25,0%
40-49	5	62,5%
50-59	1	12.5%
Pendidikan		
SMA	1	12,50%
Sarjana	6	75,00%
Magister	1	12,50%

Sumber : Data diolah Peneliti

Tabel 1 Menjelaskan karakteristik responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari responden laki – laki (75%) lebih dominan dibandingkan wanita (25%). Mayoritas responden berusia 40-49 tahun (62,5%), diikuti oleh kelompok usia 30-39 tahun (25%) dan 50-59 tahun (12,5%). Dilihat dari tingkat pendidikan, sebagian besar responden merupakan lulusan Sarjana (75%), sedangkan sisanya berlatar belakang pendidikan SMA (12,5%) dan Magister (12,5%). Responden dalam penelitian ini terdiri dari internal PT Mekar Saluyu Grup yang menduduki posisi strategis, seperti CEO, COO, dan CMO, serta staf operasional dan pemasaran. Selain itu, terdapat pula eksportir yang pernah melakukan ekspor komoditas ke Belanda dan pihak FTA Center Bandung.

Role Responden

Tabel 2. Role Responden

Muhammad	Owner PT. Mekar Saluyu Grup
Rio	Manager Processing
Udi R	Chief Operation
Danny S	Staff Operation
Yanthy Gie	Staff Maerketing
Ayu Mawar L	Chief Marketing
Ponirin Sugito	Tenaga Teknis Perundingan Perdagangan
Naufal	Ekspotir ke Belanda

Sumber : Data diolah Peneliti

Analisis SWOT

Dalam penelitian ini, akan digunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan dalam melakukan ekspor kayu manis ke Belanda. Hasil analisis SWOT tersebut diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran ekspor kayu manis ke Belanda.

Strength

1. Harga Kompetitif: PT Mekar Saluyu Grup memiliki keunggulan dalam hal harga karena sistem plasma yang dijalanannya. Sistem ini memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan bahan baku kayu manis dengan harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan perusahaan lain.
2. Kualitas Produk: Kayu manis yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan diakui di pasar internasional.
3. Manajemen Rantai Pasok: Perusahaan telah memiliki sistem manajemen rantai pasok yang efisien dan terintegrasi dengan para petani.
4. Hubungan Baik dengan Petani: Skema kemitraan dengan petani melalui sistem plasma menciptakan hubungan yang kuat dan saling menguntungkan.
5. SDM yang Berkembang: Adanya kerjasama dengan Universitas untuk meningkatkan kualitas SDM.
6. Kondisi Finansial yang Baik: Tidak bergantung pada investor atau pinjaman sehingga memiliki fleksibilitas dalam pengambilan keputusan.
7. Inovasi Produk: Terus melakukan inovasi produk untuk memenuhi permintaan pasar dan mengikuti tren.
8. Pengendalian Kualitas yang Ketat: Melakukan double checking dan kontrol kualitas yang ketat mulai dari tahap budidaya hingga pengiriman.
9. Fokus pada Chemistry dan Win-Win Solution: Membangun hubungan yang kuat dengan stakeholder berdasarkan kepercayaan dan solusi yang saling menguntungkan.

Weakness

1. Ketergantungan pada Komitmen Petani: Komitmen petani dalam sistem plasma masih menjadi tantangan karena terkadang petani menjual hasil panen ke pihak lain yang menawarkan harga lebih tinggi.
2. Keterbatasan Sumber Daya Manusia: Meskipun telah ada kerjasama dengan Universitas, keterbatasan SDM yang berkualitas masih menjadi kendala.
3. Belum Memiliki Sertifikasi Internasional: Baru memiliki sertifikasi untuk produk kopi, sedangkan produk lainnya, termasuk kayu manis, belum memiliki sertifikasi internasional yang dibutuhkan untuk pasar Eropa.

Opportunity

1. Permintaan Pasar Belanda yang Tinggi: Belanda merupakan pasar yang potensial untuk kayu manis Indonesia.
2. Pemanfaatan *E-commerce*: Memanfaatkan platform e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
3. Kerjasama Triple Helix: Meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah dan universitas, untuk memperkuat daya saing.
4. Pameran Internasional: Berpartisipasi dalam pameran internasional yang tepat sasaran untuk meningkatkan awareness dan *branding*.

Threat

1. Persaingan Harga: Persaingan harga dari negara lain, seperti Vietnam, yang menawarkan kayu manis dengan harga lebih murah.

2. Perubahan Kebijakan dan Regulasi: Perubahan kebijakan perdagangan atau regulasi ekspor-impor yang dapat mempersulit akses pasar atau meningkatkan biaya ekspor.
3. Produk Substitusi: Adanya produk substitusi yang dapat mengancam permintaan kayu manis Indonesia.

Dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk ekspor kayu manis ke pasar Belanda, PT Mekar Saluyu Grup perlu mempertimbangkan analisis SWOT yang mendalam, yang tidak hanya mencakup faktor internal dan eksternal, tetapi juga bagaimana strategi bauran pemasaran 4P dapat diintegrasikan dengan baik. Pendekatan ini akan membantu perusahaan dalam memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya, seperti kualitas produk yang unggul, sambil mengatasi tantangan yang ada, seperti biaya sertifikasi yang tinggi dan keterbatasan kapasitas produksi. Dalam konteks ini, strategi promosi dan distribusi (*Promotion dan Place*) akan sangat berperan dalam memaksimalkan peluang pasar, sedangkan penetapan harga yang tepat dan diversifikasi produk (*Price dan Product*) akan membantu perusahaan dalam mengatasi kelemahan internal dan ancaman eksternal yang ada. Ulasan ini akan membahas secara komprehensif penerapan analisis SWOT dan bauran pemasaran 4P dalam merumuskan strategi yang tepat bagi PT Mekar Saluyu Grup untuk meningkatkan ekspor kayu manis ke pasar Belanda.

Strategi SO (Strengths-Opportunities)

1. *Promotion* (Promosi): PT Mekar Saluyu Grup dapat memanfaatkan kekuatan produk kayu manis Indonesia yang dikenal berkualitas tinggi dan memiliki aroma yang khas. Promosi melalui pameran dagang internasional dan pemasaran digital dapat meningkatkan brand awareness di pasar Belanda, memanfaatkan tren kesehatan yang semakin berkembang di Eropa. Kampanye promosi yang menggandeng sertifikasi organik dan ramah lingkungan juga akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk ini.
2. *Place* (Distribusi): Perusahaan harus memanfaatkan peluang dalam membuka saluran distribusi lebih luas di Belanda, bekerja sama dengan importir lokal, dan memanfaatkan platform e-commerce untuk menjangkau konsumen Belanda secara langsung. Menjalinkan kemitraan dengan distributor lokal di Belanda akan memperluas jangkauan pasar dan memastikan distribusi produk yang lebih efektif.

Strategi WT (Weaknesses-Threats)

1. *Price* (Harga): Mengingat tantangan dalam memperoleh sertifikasi yang mahal dan proses pasca panen yang mempengaruhi biaya, PT Mekar Saluyu Grup perlu mempertimbangkan penyesuaian harga yang kompetitif untuk produk kayu manis mereka. Penetapan harga yang lebih fleksibel dan berbasis pada kualitas akan membantu mengatasi kendala harga dan memperbesar pangsa pasar di pasar Belanda.
2. *Product* (Produk): Keterbatasan volume produksi yang masih perlu ditingkatkan harus dipertimbangkan dalam pengembangan produk. PT Mekar Saluyu Grup perlu meningkatkan kapasitas produksi tanpa mengorbankan kualitas untuk memenuhi permintaan yang semakin tinggi di pasar Belanda. Selain itu, pengembangan produk turunan seperti minyak kayu manis dan bubuk kayu manis dapat memberikan variasi produk yang lebih beragam, sehingga lebih menarik bagi konsumen Belanda.

Hasil kuesioner internal yang telah dilakukan, PT Mekar Saluyu Grup menunjukkan kekuatan yang cukup baik dalam berbagai aspek internal. Perusahaan memiliki keunggulan dalam hal harga, kualitas produk, manajemen rantai pasok, hubungan dengan petani, pengembangan SDM, kondisi finansial, inovasi produk, pengendalian kualitas, dan fokus pada kemitraan yang saling menguntungkan. Namun, terdapat juga beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan, seperti ketergantungan pada komitmen petani, keterbatasan sumber daya manusia, dan belum adanya sertifikasi internasional untuk produk kayu manis.

Meskipun demikian, peluang yang tersedia bagi perusahaan cukup besar, terutama tingginya permintaan pasar Belanda, pemanfaatan *e-commerce*, potensi kerjasama triple helix, dan partisipasi dalam pameran internasional. Akan tetapi, perusahaan juga perlu mewaspadai ancaman persaingan harga, perubahan kebijakan dan regulasi, serta keberadaan produk substitusi.

Total nilai pembobotan kekuatan internal PT Mekar Saluyu Grup adalah 2,073. Angka ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang relatif baik, namun masih terdapat ruang untuk perbaikan. Beberapa kekuatan utama perusahaan antara lain adalah kualitas produk, manajemen rantai pasok, dan hubungan yang kuat dengan petani. Pernyataan S31, "PT Mekar Saluyu Grup melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen di Belanda", memiliki total data kuesioner sebanyak 72, bobot 0,0234, dan rating 3, sehingga nilai pembobotannya adalah 0,210. Angka ini menunjukkan bahwa riset pasar merupakan faktor yang cukup penting (bobot 0,0234), dan perusahaan telah melakukannya dengan baik (rating 3). Beberapa kekuatan utama perusahaan antara lain adalah kualitas produk, manajemen rantai pasok, dan hubungan yang kuat dengan petani. Hal ini terlihat dari nilai pembobotan yang relatif tinggi pada pernyataan-pernyataan terkait (S1-S6, S19-S20, S23-S24).

hasil kuesioner internal faktor *weakness*, yang menunjukkan kelemahan internal PT Mekar Saluyu Grup dalam hal ekspor kayu manis ke Belanda. Total nilai pembobotan kelemahan internal perusahaan adalah 0,96. Angka ini menunjukkan bahwa kelemahan internal perusahaan relatif rendah, namun tetap perlu diperhatikan dan diperbaiki agar tidak menghambat kinerja ekspor. Beberapa kelemahan utama yang perlu diatasi antara lain:

1. Ketergantungan pada komitmen petani: Perusahaan perlu mencari cara untuk meningkatkan komitmen petani dalam sistem plasma, misalnya dengan memberikan insentif atau pendampingan yang lebih intensif.
2. Keterbatasan sumber daya manusia: Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas SDM, baik melalui pelatihan internal maupun kerjasama dengan universitas.
3. Belum memiliki sertifikasi internasional: Perusahaan perlu segera mengurus sertifikasi internasional untuk produk kayu manis agar dapat memenuhi persyaratan pasar Eropa.

Selain itu, perusahaan juga perlu memperhatikan beberapa kelemahan lain yang teridentifikasi dalam kuesioner, seperti:

1. Tantangan internal dalam ekspor: Keterbatasan volume ekspor, fluktuasi harga bahan baku, dan kesulitan dalam memenuhi permintaan pasar merupakan tantangan yang perlu diatasi.
2. Dampak tantangan terhadap kinerja ekspor: Perusahaan perlu meminimalkan dampak negatif dari tantangan-tantangan tersebut terhadap kinerja ekspor.
3. Produksi, logistik, manajemen, sumber daya manusia, teknologi, dan finansial: Perusahaan perlu terus meningkatkan efisiensi dan efektivitas di berbagai bidang ini.
4. Fluktuasi pasar dan permintaan pasar: Perusahaan perlu memiliki strategi untuk menghadapi fluktuasi pasar dan perubahan permintaan.
5. Hubungan dengan pelanggan: Perusahaan perlu menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan memberikan layanan yang memuaskan.

Dengan mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut, PT Mekar Saluyu Grup diharapkan dapat meningkatkan kinerja ekspor kayu manis ke Belanda dan mencapai target pasar yang telah ditetapkan

Total nilai pembobotan faktor internal PT Mekar Saluyu Grup adalah 3,03. Nilai ini diperoleh dari total bobot kekuatan internal sebesar 0,62 dengan total nilai pembobotan 2,07, dan total bobot kelemahan internal sebesar 0,38 dengan total nilai pembobotan 0,96.

Hasil ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan, PT Mekar Saluyu Grup memiliki posisi internal yang cukup kuat. Kekuatan-kekuatan internal perusahaan, seperti kualitas

produk yang baik, manajemen rantai pasok yang efisien, dan hubungan yang kuat dengan petani, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Meskipun demikian, perusahaan juga perlu memperhatikan kelemahan-kelemahan internal yang ada, seperti ketergantungan pada komitmen petani dan keterbatasan sumber daya manusia. Dengan mengatasi kelemahan-kelemahan ini, PT Mekar Saluyu Grup dapat lebih meningkatkan efektivitas operasional dan memperkuat daya saingnya di pasar.

Analisis EFAS

Penelitian ini menyajikan analisis EFAS (*External Factor Analysis Summary*), yang berfokus pada evaluasi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran ekspor kayu manis PT Mekar Saluyu Grup ke pasar Belanda.

Analisis ini didasarkan pada hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden, yang kemudian diolah untuk mengidentifikasi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang dihadapi perusahaan.

Tabel-tabel yang disajikan memberikan data rinci mengenai hasil kuesioner eksternal faktor, yang mencakup berbagai aspek seperti segmen pasar, identifikasi dan evaluasi peluang, tren dan perkembangan pasar, jaringan distribusi, kemitraan, perubahan preferensi konsumen, inovasi produk, regulasi baru, pengembangan produk, kerjasama dengan distributor lokal, partisipasi dalam pameran dagang, kesadaran merek, menarik minat konsumen, diferensiasi produk, pangsa pasar, persaingan, kebijakan perdagangan & kondisi politik dan ekonomi, tantangan eksternal yang mengancam pemanfaatan, identifikasi pesaing, karakteristik pesaing, dan produk substitusi.

Data yang disajikan dalam tabel-tabel tersebut mencakup rating dari responden terhadap berbagai faktor eksternal, yang kemudian digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Hasil kuesioner eksternal faktor *opportunity*. Terdapat 54 item peluang yang diidentifikasi dan dinilai oleh responden.

Total data kuesioner untuk setiap item bervariasi, dengan nilai terendah 19 dan tertinggi 30. Bobot untuk setiap item dihitung berdasarkan total data kuesioner, dengan rentang bobot antara 0,0097 hingga 0,0153. Rating untuk semua item peluang adalah 3 atau 4, menunjukkan bahwa responden menilai peluang-peluang tersebut cukup baik atau baik. Nilai pembobotan untuk setiap item dihitung dengan mengalikan bobot dan rating, dengan rentang nilai pembobotan antara 0,023 hingga 0,057.

Total bobot untuk semua item peluang adalah 0,67, dan total nilai pembobotan adalah 2,06. Secara keseluruhan, hasil kuesioner eksternal faktor *opportunity* menunjukkan bahwa terdapat banyak peluang yang dapat dimanfaatkan oleh PT Mekar Saluyu Grup dalam ekspor kayu manis ke Belanda. Peluang-peluang ini mencakup berbagai aspek, seperti segmen pasar, identifikasi dan evaluasi peluang, tren dan perkembangan pasar, jaringan distribusi, kemitraan perubahan preferensi konsumen, inovasi produk, regulasi baru, pengembangan produk, kerjasama dengan distributor lokal, partisipasi dalam pameran dagang, kesadaran merek, menarik minat konsumen, diferensiasi produk, dan pangsa pasar.

Hasil kuesioner eksternal faktor *threat*, yang mengidentifikasi berbagai ancaman yang dihadapi PT Mekar Saluyu Grup dalam ekspor kayu manis ke Belanda. Total nilai pembobotan ancaman eksternal adalah 0,86. Ancaman-ancaman tersebut meliputi:

1. Persaingan harga dari negara lain: Persaingan harga dari negara-negara lain yang menawarkan kayu manis dengan harga lebih murah dapat mengancam daya saing ekspor perusahaan.
2. Perubahan kebijakan perdagangan dan regulasi: Perubahan kebijakan perdagangan atau regulasi ekspor-impor di Belanda atau Uni Eropa dapat mempersulit akses pasar atau meningkatkan biaya ekspor.

3. Produk substitusi: Adanya produk substitusi, baik alami maupun sintetis, dapat mengancam permintaan kayu manis Indonesia di pasar Belanda
4. Identifikasi pesaing: Perusahaan perlu mewaspadaai pesaing-pesaing utama, baik dari Indonesia maupun negara produsen kayu manis lainnya, serta memantau pangsa pasar yang dikuasai oleh masing-masing pesaing.
5. Karakteristik pesaing: Perusahaan perlu memahami strategi harga, kualitas produk, inovasi produk, jaringan distribusi, dan citra merek pesaing untuk dapat bersaing secara efektif.

Dengan mewaspadaai dan mempersiapkan diri untuk menghadapi ancaman-ancaman ini, PT Mekar Saluyu Grup diharapkan dapat meminimalkan dampak negatifnya dan mempertahankan kinerja ekspor kayu manis ke Belanda.

Total nilai pembobotan untuk faktor *Opportunity* adalah 2,06 dengan total bobot 0,67. Ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, peluang eksternal yang dihadapi PT Mekar Saluyu Grup dalam ekspor kayu manis ke Belanda cukup besar. Peluang-peluang tersebut mencakup berbagai aspek seperti segmen pasar, tren pasar, kemitraan.

Sementara itu, total nilai pembobotan untuk faktor Threat adalah 0,86 dengan total bobot 0,33. Angka ini menunjukkan bahwa ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan juga perlu diperhatikan, meskipun secara keseluruhan lebih kecil dibandingkan peluang. Ancaman-ancaman tersebut meliputi persaingan, perubahan kebijakan perdagangan, produk substitusi, dan tantangan terkait IEU-CEPA.

Total nilai EFAS (*External Factor Analysis Summary*) adalah 2,92. Nilai ini diperoleh dari selisih antara total nilai pembobotan Opportunity dan Threat. Secara keseluruhan, hasil eksternal faktor menunjukkan bahwa PT Mekar Saluyu Grup memiliki peluang yang lebih besar daripada ancaman dalam ekspor kayu manis ke Belanda. Namun, perusahaan perlu tetap waspada dan mengambil langkah-langkah strategis untuk menghadapi ancaman-ancaman yang ada agar dapat memanfaatkan peluang secara maksimal.

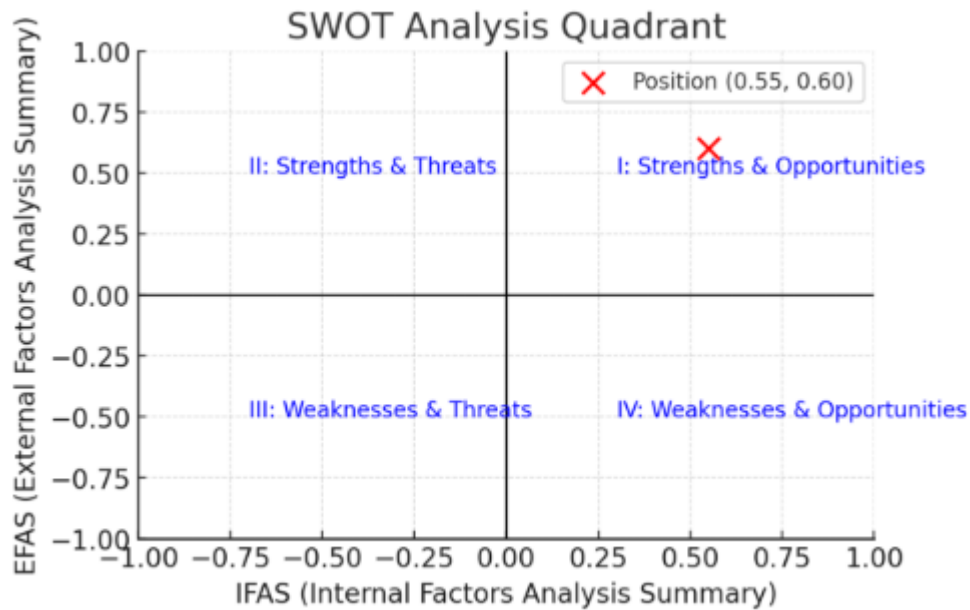
Kuadran IFAS dan EFAS

IFAS :

$$\frac{\text{total skor strength} - \text{total weaknesses}}{2} = \frac{2,07 - 0,96}{2} = 0,55$$

EFAS :

$$\frac{\text{total skor opportunity} - \text{total threat}}{2} = \frac{2,06 - 0,86}{2} = 0,60$$



Gambar 1. Kuadran SWOT

Sumber : Data diolah Peneliti

Gambar 1 Kuadran SWOT menunjukkan posisi PT Mekar Saluyu Grup berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS. Posisi perusahaan berada pada Kuadran I, yaitu "Strengths & Opportunities" (Kekuatan & Peluang).

Posisi Kuadran I: Posisi ini mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk mengambil peluang yang ada di lingkungan eksternal. Dalam konteks PT Mekar Saluyu Grup, perusahaan memiliki kekuatan seperti harga kompetitif, kualitas produk yang baik, manajemen rantai pasok yang efisien, dan hubungan baik dengan petani, yang dapat dimanfaatkan untuk meraih peluang pasar yang tinggi di Belanda, pemanfaatan e-commerce, kerjasama triple helix, dan partisipasi dalam pameran internasional.

Strategi yang Direkomendasikan: Dengan berada di Kuadran I, strategi yang direkomendasikan untuk PT Mekar Saluyu Grup adalah strategi agresif. Perusahaan dapat melakukan ekspansi pasar, pengembangan produk baru, atau akuisisi untuk mencapai pertumbuhan yang maksimal. Perusahaan harus fokus pada pemanfaatan kekuatannya untuk meraih peluang-peluang yang ada dan memperluas pangsa pasar di Belanda.

Hasil analisis ini memberikan implikasi penting bagi manajemen PT Mekar Saluyu Grup dalam merumuskan strategi pemasaran ekspor kayu manis ke Belanda:

1. Fokus pada Kekuatan dan Peluang: Perusahaan harus terus mempertahankan dan meningkatkan kekuatannya, serta fokus pada pemanfaatan peluang-peluang yang ada di pasar Belanda.
2. Pengembangan Strategi Agresif: Perusahaan dapat menerapkan strategi pertumbuhan agresif seperti penetrasi pasar, pengembangan produk baru, dan perluasan jaringan distribusi untuk meningkatkan ekspor kayu manis ke Belanda.
3. Prioritaskan Inisiatif Strategis: Perusahaan perlu memprioritaskan inisiatif-inisiatif strategis yang dapat memberikan dampak besar terhadap peningkatan ekspor, seperti peningkatan kapasitas produksi, pengembangan produk turunan kayu manis, dan pemasaran digital.
4. Mitigasi Ancaman: Meskipun posisi perusahaan kuat, perusahaan tetap perlu waspada terhadap ancaman-ancaman yang ada, seperti persaingan harga dan perubahan regulasi. Perusahaan perlu mengembangkan strategi mitigasi risiko untuk mengurangi dampak negatif dari ancaman-ancaman tersebut.

Dengan memahami posisi strategisnya melalui analisis SWOT dan IFAS-EFAS, PT Mekar Saluyu Grup dapat merumuskan strategi pemasaran ekspor kayu manis yang lebih efektif dan mencapai tujuan bisnisnya di pasar Belanda.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemasaran ekspor kayu manis PT Mekar Saluyu Grup ke Belanda dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup kekuatan seperti kualitas produk yang tinggi, sumber daya manusia berpengalaman, dan sistem manajemen rantai pasokan yang efisien, namun juga terdapat kelemahan seperti kurangnya inovasi teknologi serta kendala dalam memperoleh sertifikasi internasional. Di sisi eksternal, terdapat peluang berupa tingginya permintaan pasar Belanda dan citra positif produk Indonesia, namun juga terdapat ancaman berupa persaingan global dan regulasi ketat dari Uni Eropa. Berdasarkan analisis SWOT, strategi pemasaran yang direkomendasikan meliputi pemanfaatan kekuatan untuk meraih peluang pasar (strategi S-O), seperti promosi produk melalui pameran dan kerja sama distributor serta optimalisasi perjanjian perdagangan bebas. Selain itu, perusahaan perlu mengatasi kelemahan melalui peningkatan kepatuhan terhadap standar internasional dan diversifikasi produk (strategi W-O), mempertahankan keunggulan produk untuk menghadapi persaingan (strategi S-T), serta meningkatkan efisiensi operasional, adopsi teknologi, dan pelatihan SDM sebagai upaya mengatasi kelemahan sekaligus menghadapi ancaman pasar (strategi W-T).

Sebagai saran untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar analisis strategi ekspor tidak hanya difokuskan pada aspek perusahaan, tetapi juga mencakup kajian pada sisi konsumen di pasar Belanda secara lebih mendalam, seperti analisis preferensi, perilaku, dan loyalitas pelanggan terhadap produk kayu manis asal Indonesia. Penelitian mendatang juga dapat menggunakan pendekatan komparatif dengan perusahaan pesaing dari negara lain seperti Vietnam atau Sri Lanka, untuk mengevaluasi keunggulan bersaing PT Mekar Saluyu Grup secara lebih objektif dan strategis. Selain itu, pengembangan model strategi berbasis digital marketing dan keberlanjutan (sustainability marketing) juga layak untuk dieksplorasi agar perusahaan dapat lebih adaptif terhadap dinamika pasar global yang semakin kompleks dan berorientasi lingkungan

REFERENSI

- Asrini, Y. N., Hodijah, S., & Nurhayani, N. (2021). Analisis Ekspor Kayu Manis Indonesia ke Amerika Serikat. *Jurnal Ekonomi Aktual*, 1(1), 45–56. <https://doi.org/10.53867/jea.v1i1.5>
- Astuti, R. D. (2018). Analisis Daya Saing Dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Ekspor Kayu Manis Indonesia Ke Negara Importir Utama. *Skripsi*.
- Ayuningsih, N. L. S. M., & Setiawana, N. D. (2014). Pengaruh Kurs Dollar Amerika Serikat, Jumlah Produksi Dan Luas Lahan terhadap Volume Ekspor kayu Manis Indonesia Periode 1992-2011 Serta Daya Saingnya. *E-Jurnal EP Unud*, 3(8).
- Baguna, F. L., & Kaddas, F. (2021). Analisis Rantai Nilai dan Kontribusi Pendapatan Terhadap Pemanfaatan HHBK Kayu Manis di Pulau Tidore. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(9), 1787–1794.
- Elisabeth, & Falatehan, A. F. (2022). Analisis Daya Saing Ekspor Kayu Manis Indonesia di Pasar Amerika Serikat. *Indonesian Journal of Agriculture Resource and Environmental Economics*, 1(2). <https://doi.org/10.29244/ijaree.v1i2.50002>
- Husen, R., Hadun, R., & Salatalohy, A. (2023). Eksplorasi Jenis Produk Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) di Pulau Tidore. *Savana Cendana*, 8(3). <https://doi.org/10.32938/sc.v8i3.1998>
- Jabnabillah, F., Aswin, A., & Fahlevi, M. R. (2023). Efektivitas Situs Web Pemerintah Sebagai Sumber Data Sekunder Bahan Ajar Perkuliahan Statistika. *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 6(1), 59–70. <https://doi.org/10.32923/kjmp.v6i1.3373>

- Pranata Jaka. (2019). ANALISIS NILAI TAMBAH DAN KONTRIBUSINYA TERHADAP PENDAPATAN DALAM PEMANFAATAN SERBUK KAYU MENJADI BAGLOG. In *skripsi sarjana fakultas pertanian*.
- Puspita, A., & Tantri, C. K. (2021). Analisis Daya Saing Kayu Manis (Cinnamon Burmanii) Ekspor Indonesia Dan China Ke USA. *DwijenAGRO*, 11(1).
- Rindy Cantika Istyawati, M. Taufiq Qurrohman, Arintho Rama Bagusta, Krisma Winditia Sapalma, & Nalurita Teresa Lestari. (2023). Pemanfaatan Kayu Manis (Cinnamomum Verum) Untuk Menurunkan Kadar Gula Darah. *Jurnal Pengemas Kesehatan*, 2(1), 33–38. <https://doi.org/10.52299/jpk.v2i1.19>
- Rizky Fadilla, A., & Ayu Wulandari, P. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(No 3), 34–46.
- Siddik, M. (2023). ANALISIS RANTAI NILAI DAN NILAI TAMBAH KOMODITAS BAMBUS SEBAGAI HHBK UNGGULAN PULAU LOMBOK NUSA TENGGARA BARAT-INDONESIA. *AGROTEKSOS*, 33(1). <https://doi.org/10.29303/agroteksos.v33i1.806>
- Suhery, Putra, T., & Jasmalinda. (2021). Analisis rantai nilai dan kontribusi pendapatan terhadap pemanfaatan HHBK kayu manis di Pulau Tidore. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(9).
- Sukris Nopi. (2019). ANALISIS DAYA SAING KOMODITAS KAYU MANIS JAMBI (Pendekatan Policy Analysis Matrix). *Jiseb*, 22(2).
- Surya, A. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembangunan Sektor Pertanian dan Implikasinya terhadap Kesejahteraan Petani di Provinsi Lampung . Oleh : Andi Surya (Alumni Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Borobudur). *Journal Economy*, 89–141.