

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mencermati faktor- faktor internal dan eksternal yang dapat yang dapat mendukung maupun menghambat perkembangan CV. Satojo Anugerah Sukses, sesuai dengan analisis SWOT, kemudian menentukan strategi terkait pengembangan arang putih melalui bisnis online untuk meningkatkan ekspor di era global. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan data yang digunakan berupa data sekunder dan primer. Data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara, data sekunder melalui data yang diberikan seperti dokumentasi.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa CV. Satojo Anugerah Sukses memiliki banyak potensi yang dapat mendukung penjualan produknya terutama dengan menggunakan media *online* dalam pemasarannya, antara lain dengan membuat website, pengoptimalan penjualan melalui *Alibaba.com*, *Google.Ads*, *E-Bay*. Selain itu, CV. Satojo memiliki sumber daya bahan baku untuk membuat arang putih juga menjadi faktor pendukung. Hambatan yang ditemui dalam usaha ini adalah struktur perusahaan yang kurang tertata sehingga pemasaran kurang optimal, metode pembayaran kurang bervariasi. Selain itu, ancaman habisnya bahan baku, barang hilang akibat pengiriman, pemogokkan tenaga kerja, nilai tukar rupiah menguat, pesaing baru, bencana alam juga menjadi faktor penghambat pengembangan CV. Satojo Anugerah Sukses.

Melalui hasil temuan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), kemudian diformulasikan kedalam matriks SWOT dan ditemukan beberapa strategi, yaitu : strategi SO (*strength-opportunity*) dengan memproduksi arang putih sebanyak- banyaknya, pengembangan pemasaran melalui *E-Commerce* dimaksimalkan, harga jual yang murah mampu mendongkrak penjualan. Strategi ST (*strength- threats*) menjaga sumber daya yang ada melalui penanaman kembali, menjaga hubungan baik dengan tenaga kerja dan masyarakat sekitar, mengasuransikan barang- barang yang akan dikirim. Strategi WO (*weaknesses- opportunity*) dengan menyediakan cara pembayaran yang lebih bervariasi, mengurangi promosi *door to door* dengan memaksimalkan promosi online, mencari alternatif lain untuk melakukan *Quality Control* produk. Strategi WT (*weaknesses- threats*) dengan membangun system kerja yang lebih terstruktur dan rapi, tetap menjaga mutu agar konsumen tidak beralih ke perusahaan lain, menjaga hubungan baik dengan para pekerja dan masyarakat sekitar agar tidak ada pihak yang dirugikan.

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan, Bisnis Online

ABSTRACT

This study aimed to examine the internal factors and external factors that can support or inhibit the development of CV. Satojo Anugerah Sukses, according to the analysis of SWOT, Then determine strategy related to the development of white charcoal through online business to increase exports in the global era. This research uses qualitative approach and data used in the form of secondary and primary data. Primary data in this study was conducted through interviews, secondary data through data provided such as documentation.

Findings from this study indicate that CV. Satojo Anugerah Sukses has a lot of potential that can support the sale of its products mainly by using online media in its marketing, among others by making website, sales optimization through Alibaba.com, Google.Ads, E-Bay. In addition, CV. Satojo has raw material resources to make white charcoal also a supporting factor. Obstacles encountered in this business is the structure of the company that is less organized so that marketing is less than optimal, the method of payment is less varied. In addition, the threat of depletion of raw materials, lost goods due to shipments, labor strikes, exchange rate of Rupiah strengthened, new competitors, natural disasters are also a factor inhibiting the development of CV. Satojo Anugerah Sukses.

Through the findings of power (strengths), weaknesses (weaknesses), opportunities (opportunities) and threats (threats), and then formulated into the SWOT matrix and found several strategies, namely: SO strategy (strength-opportunity) by producing as much white charcoal, The development of marketing through E-Commerce is maximized, the selling price is cheap able to boost sales. ST strategies (strength- threats) safeguard existing resources through replanting, Maintaining good relations with the workforce and the surrounding community, insuring the goods to be shipped. WO (weaknesses-opportunity) strategy by providing more varied payment methods, reducing door to door promotion by maximizing online promotion, looking for other alternatives to Quality Control products. WT strategy (weaknesses threats) by building a more structured and neat system of work, while maintaining the quality so that consumers do not switch to other companies, maintaining good relations with workers and surrounding communities so that no party is harmed.

Keywords: Strategy, Development, Online Business