



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**Identifikasi SWOT dalam Pengembangan Pasar Ekspor
Tanaman Hijau**

Oleh:

Maria Magdalena Tafuli (2112010302)

Dr. Diah Ayu Septi Fauji, S.E., M.M. (0711098703)

Hery Purnomo, S.E., M.M. (0713076803)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
JULI 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Identifikasi SWOT dalam Pengembangan Pasar Ekspor Tanaman Hijau
2. Ketua
- a. Nama Lengkap : Maria Magdalena Tafuli
- b. NPM : 2112010302
- c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
- d. Alamat Rumah : Oelinah, RT/RW 006/006, Desa Tafuli 1, Kec. Rinhat, Kab. Malaka.
- e. Telp./HP : 081353920915
- f. Email : mariaamagdalena208@gmail.com
3. Jangka waktu : 6 bulan
4. Pembiayaan :
- a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
- b. Dari sumber lain : Rp 10.000.000
- Jumlah Seluruhnya : Rp 10.000.000



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini dengan baik.

Laporan penelitian ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Dengan tersusunnya laporan ini, maka penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dalam memberikan kontribusi maupun dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan penelitian ini. Maka dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan YME atas segala berkat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini.
2. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan penelitian ini.
3. Stefanus Bere Baros, Jantung hati penulis, yang selalu memberikan dukungan, kesabaran, serta saran yang membangun selama proses penyusunan laporan ini.
4. Munanda Tania Sary, Sahabat Penulis, yang selalu hadir memberikan semangat, selalu berada disisi penulis, dan tak henti-hentinya mengingatkan bahwa penulis harus tetap semangat menjalani revisi.
5. Bapak Dr. Zainal Afandi selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
6. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
7. Ibu Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Prodi
8. Ibu Dr. Diah Ayu Septi Fauji, S.E, M.M., selaku dosen pembimbing 1.
9. Bapak Hery Purnomo, M.M., selaku dosen pembimbing 2.
10. Pimpinan CV Kokonat Indonesia yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian.

11. Seluruh teman-teman yang telah memberikan inspirasi dan dukungan untuk penulis agar dapat menyelesaikan penelitian.

Laporan penelitian ini tentunya tidak luput dari kesalahan dan kekurangan dari penulis, maka dari itu penulis selalu berusaha untuk menuntut diri agar dapat melakukan yang lebih baik ke depannya dan menyadari bahwa banyak hal yang disampaikan penulis masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, maka kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk dapat menyempurnakan laporan ini sehingga dapat menjadi bahan referensi dan kajian di kemudian hari.

Akhirnya, disertai harapan semoga laporan penelitian ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 20 Juni 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Tafuli', with a small dot at the end.

Maria Magdalena Tafuli

RINGKASAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya permintaan pasar internasional terhadap tanaman hijau tropis seperti *Philodendron*, *Monstera*, dan *Anthurium*. CV Kokonat sebagai salah satu pelaku ekspor tanaman menghadapi tantangan internal dan eksternal dalam mengembangkan pasar ekspor, terutama dalam memanfaatkan inovasi digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dihadapi perusahaan, serta merumuskan strategi pengembangan ekspor tanaman hijau melalui pendekatan digital yang tepat.

Kajian teori yang digunakan dalam penelitian ini mencakup konsep ekspor, inovasi digital, identifikasi SWOT, serta peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian. Penjelasan tersebut menyoroti pentingnya teknologi digital dalam mendukung pemasaran internasional serta strategi berbasis SWOT dalam menyusun langkah bisnis yang efektif. UMKM seperti CV Kokonat memiliki peran penting dalam pengembangan ekspor, namun juga menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, akses teknologi, dan manajemen yang belum optimal.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi kasus pada CV Kokonat. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Proses Identifikasi dilakukan menggunakan teknik identifikasi SWOT, yang kemudian divalidasi melalui triangulasi data. Fokus utama penelitian adalah menggali bagaimana inovasi digital dapat membantu CV Kokonat dalam mengoptimalkan kapasitas produksi, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas pasar ekspor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV Kokonat memiliki kekuatan dalam kualitas produk yang tinggi, keberagaman tanaman hias, serta pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce seperti Instagram dan Etsy. Kelemahan yang dihadapi antara lain terbatasnya kapasitas produksi dan kurangnya tenaga kerja terampil dalam bidang digital. Peluang yang tersedia mencakup tren global tanaman hias dan dukungan pemerintah terhadap UMKM, sedangkan ancaman berasal dari persaingan internasional, regulasi ekspor yang ketat, dan perubahan iklim. Strategi yang disarankan adalah memperkuat pemasaran digital, meningkatkan pelatihan SDM, menjalin kemitraan strategis, serta diversifikasi produk dan pasar.

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa pemanfaatan inovasi digital dapat meningkatkan daya saing ekspor tanaman hijau Indonesia. Dengan mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, serta mengatasi kelemahan dan ancaman melalui strategi yang terarah, CV Kokonat memiliki potensi besar untuk berkembang secara berkelanjutan di pasar global. Laporan penelitian ini telah disusun dalam bentuk artikel ilmiah dan telah dipublikasikan dalam prosiding Konferensi Ilmiah (KIC), yang dapat diakses melalui tautan berikut <https://doi.org/10.29407/kilisuci.v3i.6671>

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Ringkasan	v
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran	x
BAB I (Pendahuluan)	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian.....	3
BAB II (Kajian Teori)	4
A. Ekspor.....	4
B. Inovasi Digital	6
C. Identifikasi SWOT.....	9
D. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	11
E. Alur Penelitian.....	14
BAB III (Metode Penelitian)	17
A. Deskripsi Metode Penelitian.....	17
B. Rincian Proses Pengumpulan Data.....	17
C. Sasaran Penelitian.....	18
D. Instrumen Penelitian	19
E. Prosedur Identifikasi Data	21

BAB IV (Hasil Penelitian dan Pembahasan).....	24
A. Hasil Penelitian.....	24
B. Pembahasan	29
BAB V (Kesimpulan dan Saran)	36
A. Kesimpulan.....	36
B. Implikasi	37
C. Saran.....	38
Daftar Pustaka	39
Lampiran	42

DAFTAR TABEL

TABEL	18
3. 1. Pengumpulan Data.....	18
3. 2. Draf Pertanyaan	21
3. 3. Triangulasi Data	22
4. 1. Hasil Wawancara dengan Bu Dara.....	25
4. 2. Identifikasi SWOT.....	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Alur Berpikir.....	16
---------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	41
1. Surat Ijin Penelitian (untuk penelitian di perusahaan)	42
2. Surat Balasan/Keterangan.....	43
3. Informant Consent	44
4. Instrumen Penelitian	45
5. Transkripsi Wawancara	46
6. Dokumentasi (bukti penelitian/pengambilan data)	48
7. Link Publikasi.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mengirim barang dan produk dari pasar domestik ke negara lain sambil mematuhi hukum dan peraturan yang relevan dikenal sebagai ekspor (Sari, 2024). Ekspor Indonesia, yang mencakup berbagai komoditas penting seperti batubara, gas alam, minyak sawit, dan barang manufaktur, sangat penting bagi perekonomian negara. Diperkirakan bahwa pertumbuhan ekonomi yang didorong oleh ekspor akan menstabilkan ekonomi (Rini dan Yulistiyono, 2021). Total nilai ekspor pada tahun 2023 adalah USD 258,8 miliar, turun dari USD 291,9 miliar pada tahun sebelumnya. Sektor non-migas terus mendominasi, didukung oleh komoditas pertanian, industri pengolahan, dan pertambangan. Tren global seperti fluktuasi harga komoditas dan kebijakan perdagangan internasional memengaruhi kinerja ekspor, sementara pemerintah mendorong diversifikasi produk dan peningkatan nilai tambah untuk memperkuat daya saing di pasar global. Dengan dukungan infrastruktur digital dan kebijakan perdagangan yang adaptif, Indonesia terus berupaya mempertahankan surplus perdagangan yang signifikan.

Indonesia memiliki berbagai produk unggulan yang diekspor ke pasar internasional, mencakup komoditas pertanian seperti minyak kelapa sawit, karet, kopi, dan rempah-rempah, serta produk perikanan seperti udang dan tuna. Selain itu, sektor pertambangan menjadi andalan dengan batu bara, nikel, dan tembaga sebagai produk utama. Di sektor manufaktur, produk tekstil, pakaian jadi, dan elektronik juga memiliki kontribusi besar. Salah satu tren ekspor Indonesia yang semakin berkembang adalah tanaman hijau tropis, seperti *Philodendron*, *Monstera*, dan *Anthurium*. Tanaman-tanaman ini banyak diminati di pasar internasional, terutama sebagai dekorasi rumah yang estetik dan mendukung gaya hidup sehat. Keindahan bentuk daun, kemudahan perawatan, serta manfaat ekologis membuat tanaman hijau tropis menjadi produk unggulan yang diminati konsumen.

Sekelompok tanaman yang dikenal sebagai "tanaman hijau" mampu menggunakan fotosintesis untuk mengubah energi cahaya menjadi energi kimia. Klorofil, pigmen hijau yang ditemukan dalam tanaman ini, diperlukan untuk penyerapan cahaya. Tanaman hias saat ini menjadi produk tanaman hijau Indonesia yang paling menjanjikan. Tanaman hias biasanya terlihat di taman rumah, tanaman hias dapat ditemukan di lingkungan sekitar. Tanaman hias memiliki daya tarik khusus untuk ditanam karena mereka indah, baik dalam bentuk bunga, daun, batang, akar, atau penampilan umum mereka. Terbukti dari tingginya permintaan dan harga jual, tanaman hias adalah salah satu jenis tanaman hortikultura dengan nilai ekonomi yang cukup tinggi, yang membuat banyak orang melihatnya sebagai peluang bisnis yang menjanjikan.

Teknik pemasaran diperlukan agar tanaman hias dapat bersaing di pasar global. Bagaimana sebuah bisnis dapat bersaing dengan bisnis lain secara berkelanjutan dan kompetitif ditentukan oleh strategi pemasaran yang digunakannya. Untuk menentukan pasar target dan cara terbaik untuk menawarkan produk atau layanan, strategi pemasaran digunakan sebagai rencana untuk membentuk bisnis secara keseluruhan. Memilih rencana pemasaran yang tepat dapat membantu sebuah bisnis mencapai potensi penuhnya. Sangat penting untuk mengidentifikasi dan menyelidiki aspek internal dan eksternal perusahaan untuk menentukan rencana pemasaran terbaik. Untuk menjangkau pasar luar negeri, strategi pemasaran tanaman hijau tropis Indonesia menekankan penggunaan platform media sosial seperti Instagram dan situs e-commerce internasional seperti Etsy (Utomo dan Qomariyah, 2021). Diversifikasi produk dengan menawarkan varietas tanaman langka dan mudah dirawat membantu memenuhi kebutuhan pasar yang beragam. Penguatan merek dilakukan melalui *branding* yang menekankan kualitas dan keberlanjutan. Selain itu, kemitraan strategis dengan desainer interior dan komunitas tanaman, serta dukungan program pemerintah untuk digitalisasi, turut memperkuat daya saing di pasar global. Dengan pendekatan ini, tanaman hijau tropis Indonesia mampu menarik perhatian konsumen dan menjadi produk ekspor unggulan.

Identifikasi SWOT diperlukan untuk memahami pentingnya strategi pemasaran yang efisien. Identifikasi SWOT adalah teknik yang digunakan untuk mempertimbangkan sejumlah elemen saat mengembangkan rencana bisnis. Alasan di balik identifikasi ini dapat mengoptimalkan peluang dan kekuatan sambil mengurangi risiko dan kelemahan. Kekuatan menggambarkan keadaan di sekitar kekuatan seseorang saat ini. Istilah "kelemahan" menggambarkan keadaan di sekitar keterbatasan seseorang saat ini; dengan memahami hal ini, seseorang dapat menguatkan kekurangan mereka saat ini. Istilah "peluang" menggambarkan keadaan di sekitar peluang yang tersedia dan dapat digunakan sebagai sarana pengembangan pribadi. Istilah "ancaman" menggambarkan keadaan di sekitar ancaman eksternal yang dapat membahayakan keberadaan di masa depan. (Aransyah dan Derama, 2022). Dalam sektor bisnis, identifikasi SWOT telah muncul sebagai alat yang berharga. Selain menjadi instrumen yang cepat dan tepat untuk mengidentifikasi dan menilai peluang yang terkait dengan perkembangan baru di sektor korporasi, pendekatan ini merupakan identifikasi yang cukup baik, efektif, dan efisien (Andriani et al., 2021).

Oleh sebab itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengidentifikasi peluang tanaman ekspor meskipun telah banyak penelitian yang membahas tentang identifikasi SWOT, namun identifikasi SWOT yang berhubungan dengan ekspor tanaman hijau masih jarang diteliti.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dihadapi CV Kokonat dalam mengembangkan pasar ekspor tanaman hijau. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat membantu CV Kokonat dalam mengambil langkah-langkah strategis untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agostini, L. dkk., (2019). "The Digitalization of the Innovation Process: Challenges and Opportunities From a Management Perspective". *European Journal of Innovation Management*, 23(1): 1 – 12.
- Andriani, F., dkk., (2021). "Penerapan Analisis SWOT Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Seblak dan Baso Aci Wak Acan Pekanbaru)". *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 5(2): 2904 – 2910.
- Asriyana dan Istiana, M., (2024). *Ekspor dan Impor di Indonesia*. (Jambi: Artikel Penelitian Tidak Diterbitkan).
- Bharadwaj, A., dkk., (2013). "Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights". *MIS Quarterly*, 471-482.
- Bharadwaj, A., dkk., (2013). "Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights". *MIS Quarterly*. 37(2): 471 – 482.
- Czinkota, M. R., dkk., (2017). *International Marketing*. Cengage Learning.
- Derama, T., dan Aransyah, M. F. (2022). "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Analisis Swot Dan Waspas Pada Jasa Percetakan Undangan Confetti Project". *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis*. 8(1): 18 – 29.
- Fitriani, N. M. M., dkk., (2022). "Analisis SWOT untuk Digitalisasi Strategi Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Bambu". *Journal Appropriate Technol Community Serv*. 3(2): 1 – 11.
- Hadiwijaya, H., dan Prasetya, D. (2023). "Meningkatkan Kualitas Produk dan

Daya Saing melalui Inovasi dan Pemasaran Digital Pada Pengrajin Sangkar Burung di Palembang”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(5), 289 – 295.

Hinings, B., dkk., (2018). “Digital Innovation and Transformation: an Institutional Perspective”. *ELSEVIER: Information and Organization*. 28(1): 52 – 61.

Karmila dan Ardan, T.S., (2022). “Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Dalam Upaya Promosi Desa Wisata Curugagung”. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2): 449 – 456.

Kasnawati, K., dkk. (2024). “Pengembangan Teknologi Mesin Otomatis untuk Peningkatan Produktivitas dalam Industri Manufaktur”. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4): 15300 – 15306.

Kotler, P., dan Keller, K. L., (2016). *Marketing Management 15th Edition New*. Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Krugman, P. R., dkk., (2018). *International Economics: Theory and Policy*. Pearson Education Limited.

Loqman, A. A., dan Sumainah, F., (2023). “Strategi Pengembangan Pasar Ekspor Bagi UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital”. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2(2): 77 – 82.

Morgan, R. M., dan Hunt, S., (1994). “The Commitment-Trust Theory od Relationship Marketing”. *Journal of Marketing*, 58(3): 20 – 38.

Pickton, D. W., dan Wright, S., (1998). “What’s SWOT in Strategic Analysis?”. *WILEY: Strategic Change*, 7(2): 101 – 109.

- Pickton, D., dan Wright, S. (1998). "What's SWOT in Strategic Analysis?". *Strategic Change*, 7(2), 101-109.
- Rini, D. A. M., dan Yulistiyono, H. (2021). "Pengeluaran Pemerintah, Akumulasi Modal, Pajak dan Ekspor terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia". In *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 6(1): 1098 – 1108.
- Sari, N. P. (2024). "Analisis Pasar Ekspor : Strategi Mudah Untuk Perusahaan Skala Menengah". *Musyteri Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*. 3(7): 81 – 90.
- Sayudin, S. (2023). "Membentuk Strategi Bisnis Yang Tangguh Dalam Era Manajemen Yang Berubah". *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(7): 1566 – 1572.
- Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Utomo, M. W., dan Qomariyah, S. N. (2021). "Strategi Pemasaran Tanaman Hias dengan Pendekatan Analisis SWOT". *Exact Papers in Compilation*. 3(3): 361 – 368.