

Analisis SWOT terhadap Ekspor Rokok PT. X Ke Malaysia Tahun 2025

Frantika Wahyu Octaviany, Rizki Rahmadini Nurika

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: wahyufrantika@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to conduct a SWOT analysis of PT. X's cigarette exports to Malaysia in 2025 and to formulate appropriate export strategies based on the results of that analysis. The research method used is descriptive qualitative, with data collection techniques including interviews and documentation. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman interactive model, which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions, and was reinforced with a SWOT analysis based on Wiswasta et al. The results of the study indicate that the company's strengths lie in the unique flavor profile of its clove-based cigarettes, its ability to meet international standards, and the consistency of its export activities to Malaysia. The company's weaknesses include dependence on shipping schedules, logistical challenges, and limitations on expansion beyond the ASEAN region. Opportunities stem from the potential of the Malaysian market for Indonesian cigarette products and the ease of trade within the ASEAN region. Meanwhile, threats arise from global tobacco industry competition, shifting consumption trends, and rising international quality standards. Based on the SWOT analysis results, PT. X is in a growth-oriented position; therefore, the recommended strategy is the Strength-Opportunity (SO) strategy, which involves leveraging product strengths to capture international market opportunities and strengthening distribution and market diversification to support the company's cigarette export development.

Keywords: *Cigarette Export, SWOT analysis, Malaysia, strategy, qualitative research*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis SWOT terhadap ekspor rokok PT. X ke Malaysia tahun 2025 serta merumuskan strategi ekspor yang tepat berdasarkan hasil analisis tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta diperkuat dengan analisis SWOT berdasarkan Wiswasta dkk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan pada keunggulan produk rokok bercita rasa khas berbasis cengkeh, kemampuan memenuhi standar internasional, serta konsistensi kegiatan ekspor ke Malaysia. Kelemahan perusahaan meliputi ketergantungan terhadap jadwal pengiriman, hambatan logistik, dan

.

keterbatasan ekspansi di luar kawasan ASEAN. Peluang berasal dari potensi pasar Malaysia terhadap produk rokok Indonesia serta adanya kemudahan perdagangan dikawasan ASEAN. Sementara itu, ancaman berasal dari persaingan industri rokok global, perubahan tren konsumsi, dan meningkatnya standar kualitas internasional. Berdasarkan hasil analisis SWOT, PT. X berada pada posisi growth-oriented sehingga strategi yang direkomendasikan adalah strategi Strength-Opportunity (SO), yaitu memanfaatkan keunggulan produk untuk menangkap peluang pasar internasional serta memperkuat distribusi dan diversifikasi pasar guna mendukung pengembangan ekspor rokok perusahaan.

Kata kunci: *ekspor rokok, SWOT, Malaysia, strategi, kualitatif deskriptif*

A. PENDAHULUAN

Perdagangan internasional menjadi salah satu aspek penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Kegiatan ini tidak hanya melibatkan pertukaran barang dan jasa, tetapi juga menjadi sarana bagi negara maupun perusahaan untuk memenuhi kebutuhan yang tidak dapat diproduksi oleh negara itu secara mandiri. Salah satu aktivitas dari perdagangan internasional adalah ekspor, di mana ekspor memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan pasarnya keluar negeri. Kegiatan ekspor tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional melalui peningkatan devisa negara (Pratama, 2025).

Salah satu sektor industri yang turut berkontribusi dalam kegiatan ekspor Indonesia adalah industri hasil tembakau, khususnya produk rokok (Suprihanti et al., 2019). Produk rokok Indonesia memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dari produk negara lain, terutama penggunaan cengkeh sebagai bahan baku utama yang menghasilkan cita rasa khas. Karakteristik tersebut menjadikan produk rokok Indonesia memiliki daya tarik tersendiri di beberapa negara tujuan ekspor. Salah satu negara yang menjadi tujuan ekspor produk Indonesia adalah Malaysia (Saputra, 1991). Kedekatan geografis, hubungan perdagangan yang baik, serta kesamaan preferensi konsumen menjadikan Malaysia sebagai salah satu pasar potensial bagi berbagai produk Indonesia, termasuk produk rokok.

Hal ini dibuktikan dengan data Kementerian Perdagangan dan Trading Economics pada periode 2024-2025, Malaysia secara konsisten termasuk dalam mitra dagang utama Indonesia dengan nilai perdagangan yang mencapai lebih dari 20 miliar USD per tahun, di mana Indonesia juga kerap mencatat surplus (Kadata.Databoks, 2025). Komonditas yang diperdagangkan pun beragam, mulai dari bahan bakar mineral, kelapa sawit, hingga produk manufaktur seperti Listrik. Hal ini membuktikan bawannya Malaysia memiliki keterbukaan pasar yang cukup tinggi terhadap produk impor, termasuk dari Indonesia.

Kondisi tersebut dimanfaatkan oleh PT. X yang merupakan salah satu Perusahaan industri rokok yang berada di Kabupaten Malang. PT. X aktif melakukan kegiatan ekspor diberbagai wilayah seperti Filipina, Vietnam, Singapura dan juga Malaysia. Aktivitas ekspor ini aktif dilakukan secara rutin dengan frekuensi pengiriman yang cukup konsisten setiap minggunya. Dalam beberapa tahun terakhir ditahun 2025 volume ekspor perusahaan menunjukkan tren peningkatan, yang menandakan adanya permintaan pasar yang cukup stabil terhadap produk yang dihasilkan. Selain itu Perusahaan juga mampu menyesuaikan produknya dengan standar pasar internasional, baik dari segi kualitas maupun karakteristik produk. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Perusahaan, Malaysia menjadi negara dengan tingkat penjualan tertinggi dari beberapa negara ASEAN lainnya. Hal ini didukung oleh adanya kesamaan karakteristik konsumen serta prefensi cita rasa yang relatif serupa, sehingga produk yang ditawarkan dapat lebih mudah diterima di pasar Malaysia.

Tantangan dalam kegiatan ekspor tidak terlepas dari berbagai tantangan yang dapat memengaruhi keberlangsungan dan pengembangannya. Perusahaan menghadapi beberapa kendala, seperti ketidakpastian jadwal pengiriman, hambatan logistik internasional, serta persaingan yang semakin ketat di pasar global (Ping et al., 2022). Selain itu perusahaan juga dituntut untuk terus menjaga kualitas produk agar tetap mampu bersaing dipasar internasional. Di sisi lain masih terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan, seperti potensi pasar Malaysia yang cukup besar, kemudahan perdagangan di kawasan ASEAN, serta peluang perluasan pasar ke negara lain.

Untuk memahami kondisi tersebut diperlukan suatu analisis yang mampu mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi kegiatan ekspor rokok perusahaan. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah analisis SWOT. Menurut I Gusti Ngurah Alit Wiswasta dkk. dalam buku Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha) yang menjelaskan bahwa kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) merupakan faktor penting yang perlu dianalisis untuk memahami kondisi internal dan eksternal suatu organisasi. Melalui pendekatan SWOT, penelitian ini berupaya mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi kegiatan ekspor rokok PT. X ke Malaysia dan melalui analisis SWOT perusahaan dapat mengetahui posisi strategisnya sehingga dapat merumuskan langkah yang tepat dalam menghadapi persaingan dan mengembangkan usahanya (Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit et al., 2018).

Penelitian mengenai analisis SWOT telah banyak digunakan dalam pengembangan usaha dan strategi bisnis. Penelitian oleh Safitri dkk. (2024) pada “Warung Makan Asyik Desa Balunijuk”, hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat membantu usahawan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sehingga digunakan sebagai dasar dalam menentukan strategi pengembangan usaha (Safitri et al., 2024). Penelitian oleh Prayoga dan Kusuma menunjukkan bahwa kegiatan ekspor

.

industri hasil tembakau memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian, namun terdapat berbagai hambatan dalam proses ekspornya (Prayoga, 2019). Penelitian oleh Budianto (2026) menunjukkan bahwa keberhasilan perusahaan industri rokok dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal untuk meningkatkan daya saing. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi penulis dalam memahami pentingnya penyusunan strategi pada industri rokok guna mempertahankan posisi perusahaan di tengah persaingan pasar (Budianto, 2026).

Meskipun penelitian terdahulu telah membahas penggunaan analisis SWOT dalam pengembangan usaha, strategi pada industri rokok, serta kondisi ekspor industri hasil tembakau, penelitian yang secara khusus menganalisis SWOT terhadap ekspor rokok pada tingkat perusahaan, khususnya PT. X dengan fokus pasar Malaysia, masih terbatas. Padahal Malaysia merupakan salah satu negara tujuan utama ekspor perusahaan yang memiliki potensi pasar cukup besar sekaligus menghadapi berbagai tantangan dalam persaingan internasional. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang dapat memberikan gambaran mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi kegiatan ekspor rokok PT. X ke Malaysia tahun 2025. Berdasarkan uraian tersebut diperlukan suatu analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang mempengaruhi kegiatan ekspor rokok PT. X ke Malaysia. Oleh karena itu studi ini memiliki fokus penelitian sebagai berikut “Bagaimana analisis SWOT terhadap ekspor rokok PT. X ke Malaysia tahun 2025”.

Studi ini bertujuan untuk menganalisis SWOT terhadap ekspor rokok PT.X ke Malaysia tahun 2025. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi kegiatan ekspor perusahaan sehingga dapat menjadi dasar dalam perumusan strategi yang tepat untuk mendukung perkembangan ekspor rokok PT.X ke Malaysia.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam hasil analisis SWOT terhadap ekspor rokok PT. X ekspor ke Malaysia tahun 2025. Metode ini dipilih karena mampu memberikan penjelasan secara sistematis mengenai fenomena yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh langsung dari lapangan yang dimana tidak bisa dijelaskan secara angka. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek secara alamiah dengan peneliti sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan dan analisis data (Sugiyono, 2020)

Lokasi penelitian dilakukan di PT. X yang berlokasi di Kabupaten Malang, Jawa Timur. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa perusahaan tersebut merupakan salah satu industri

rokok yang aktif melakukan kegiatan ekspor ke beberapa negara di kawasan ASEAN, khususnya Malaysia. Fokus penelitian diarahkan pada aktivitas ekspor rokok perusahaan serta strategi yang digunakan dalam menghadapi persaingan pasar internasional. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan pihak perusahaan yang memahami kegiatan ekspor rokok PT. X. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threat) yang memengaruhi kegiatan ekspor rokok PT. X ke Malaysia. Selain itu, wawancara juga dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai hambatan ekspor serta strategi yang diterapkan perusahaan dalam menjalankan kegiatan ekspor. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui dokumentasi, jurnal ilmiah, artikel, laporan perusahaan, serta data perdagangan internasional yang relevan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih mendalam terkait aktivitas ekspor rokok Perusahaan (Sugiyono, 2020). Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa arsip, catatan, serta literatur yang berkaitan dengan strategi ekspor dan analisis SWOT (Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit et al., 2018)

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif dari Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan (Miles & Huberman, 1994) . Pada tahap reduksi data, peneliti melakukan proses pemilihan, penyederhanaan, serta pengelompokan data hasil wawancara dan dokumentasi yang relevan dengan fokus penelitian, khususnya terkait kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman yang mempengaruhi kegiatan ekspor rokok PT. X dalam ke Malaysia.

Tahap selanjutnya adalah penyajian data, yaitu menyusun data secara sistematis dalam bentuk uraian deskriptif agar memudahkan peneliti dalam memahami kondisi Perusahaan (Miles & Huberman, 1994). Pada tahap ini, data diklasifikasikan berdasarkan komponen analisis SWOT yang meliputi strengths, weaknesses, opportunities, dan threats. Penyajian data dilakukan untuk melihat hubungan antar faktor yang mempengaruhi strategi ekspor Perusahaan (Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit et al., 2018)

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap ini, peneliti melakukan interpretasi terhadap data yang telah dianalisis untuk memperoleh kesimpulan mengenai strategi yang dapat diterapkan PT. X dalam mengembangkan kegiatan ekspor rokok ke Malaysia (Miles & Huberman, 1994). Selanjutnya, hasil identifikasi dari SWOT tersebut disusun ke dalam matriks SWOT untuk menentukan alternatif strategi perusahaan berdasarkan kombinasi strategi SO, WO, ST, dan WT (Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit et al., 2018).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Kegiatan Ekspor rokok PT. X

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak kepala hrd PT. X pada 23 April 2026 pukul 09.00 WIB. Beliau mengungkapkan bahwa perusahaan industri yang telah aktif melakukan kegiatan ekspor ke beberapa negara di kawasan Asia Tenggara (El sidiq, 2026). Negara tujuan ekspor perusahaan saat ini masih berfokus pada wilayah ASEAN, yaitu Malaysia, Filipina, Singapura, dan Vietnam. Pemilihan negara tersebut didasarkan pada kedekatan geografis, kesamaan preferensi konsumen, serta kemudahan akses perdagangan regional. Aktivitas ekspor perusahaan dilakukan secara rutin dan terjadwal. Perusahaan menyatakan bahwa kegiatan ekspor dilakukan setiap minggu, khususnya pada hari Rabu dan Kamis, dengan volume pengiriman mencapai dua kontainer, tergantung pada ketersediaan kapal dan kondisi logistik internasional. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ekspor telah menjadi bagian dari operasional utama perusahaan, bukan hanya aktivitas tambahan. (El sidiq, 2026)

Dalam tiga hingga lima tahun terakhir, perkembangan ekspor rokok PT. X menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Perusahaan mencatat bahwa volume ekspor mencapai sekitar 11,5 miliar batang rokok per tahun, dengan target peningkatan menjadi 13,5 miliar batang rokok pada periode berikutnya. Peningkatan ini menunjukkan adanya permintaan pasar yang stabil sekaligus pertumbuhan kapasitas produksi perusahaan. Selain itu, ekspor juga memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi perusahaan karena transaksi dilakukan dalam mata uang dolar Amerika Serikat (El sidiq, 2026). Hal ini memberikan keuntungan tambahan berupa stabilitas nilai tukar dan peningkatan pendapatan perusahaan dari kegiatan ekspor. Peningkatan aktivitas ekspor juga dipengaruhi oleh strategi perusahaan dalam memaksimalkan produksi pada periode tertentu, seperti menjelang hari besar keagamaan, di mana permintaan pasar domestik cenderung meningkat sehingga perusahaan mengalihkan fokus pada pasar ekspor. (El sidiq, 2026)

2. Konsep Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Menurut I Gusti Ngurah Alit Wiswasta dkk. dalam bukunya yang berjudul “Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)” dimana dijelaskan dalam bukunya analisis SWOT terdiri atas empat komponen utama yaitu Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang), dan Threat (ancaman). Keempat komponen tersebut digunakan untuk menganalisis kondisi yang dihadapi organisasi sehingga dapat menjadi dasar dalam penyusunan strategi yang tepat.

Strength merupakan segala bentuk keunggulan yang dimiliki organisasi dan dapat mendukung pencapaian tujuan. Weakness merupakan keterbatasan atau kekurangan yang dapat menghambat pencapaian tujuan organisasi. Opportunity merupakan kondisi eksternal yang memberikan

.

peluang bagi organisasi untuk berkembang, sedangkan Threat merupakan kondisi eksternal yang berpotensi menghambat atau mengancam keberlangsungan organisasi. Melalui identifikasi terhadap keempat komponen tersebut, organisasi dapat mengetahui posisi strategisnya dan menentukan strategi yang sesuai dengan kondisi yang dihadapi (Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit et al., 2018).

Komponen	Definisi	Indikator
Strength (Kekuatan)	Keunggulan yang dimiliki organisasi dan menjadi modal dalam mencapai tujuan	Produk unggulan dan keunikan produk, kompetensi khusus perusahaan, keunggulan operasional perusahaan, loyalitas dan kepercayaan pasar
Weakness (Kelemahan)	Kondisi atau keterbatasan yang dapat menghambat pencapaian tujuan organisasi	Hambatan operasional, keterbatasan dalam proses ekspor, perusahaan/organisasi masih tertinggal dalam jangkauan pasar dibanding potensi yang ada
Opportunity (Peluang)	Kondisi Eksternal yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan usaha	Pertumbuhan Pasar, kebutuhan dan permintaan konsumen yang meningkat, perubahan kebijakan yang menguntungkan
Threat (Ancaman)	Kondisi eksternal yang berpotensi menghambat pencapaian tujuan perusahaan	Munculnya pesaing baru, persaingan semakin ketat, perubahan preferensi konsumen, perubahan kebijakan atau regulasi yang merugikan

Tabel 1: Diolah dari sumber buku Wiswasta dkk (2018)

3. Hasil Analisis SWOT PT. X

2.1 Strength (Kekuatan)

Berdasarkan hasil wawancara, kekuatan utama PT. X terletak pada keunggulan produk yang memiliki cita rasa khas dengan tetap mempertahankan karakteristik tradisional, khususnya penggunaan cengkeh. Perusahaan menyatakan bahwa produk ekspor memiliki diferensiasi kadar tar dan nikotin sesuai dengan regulasi masing-masing negara tujuan. Penyesuaian ini menunjukkan kemampuan adaptasi perusahaan terhadap standar internasional. Produk PT. X memiliki penerimaan yang baik di pasar ASEAN, khususnya Malaysia, Filipina, Singapura, dan Vietnam. Hal ini

disebabkan adanya kesesuaian preferensi konsumen di wilayah tersebut, terutama masyarakat dengan latar belakang budaya Melayu yang memiliki kecenderungan terhadap produk dengan cita rasa khas tersebut. Kondisi tersebut menunjukkan adanya *market compatibility* antara karakteristik produk dengan kebutuhan konsumen di negara tujuan ekspor. Diferensiasi produk dan penyesuaian terhadap kondisi pasar serta karakteristik konsumen dapat memperkuat daya saing Perusahaan dipasar internasional (Rohmah et al., 2026).

Perusahaan juga menerapkan standar produksi khusus untuk produk ekspor. Proses produksi dilakukan dengan pengaturan mesin yang berbeda dari produk domestik, sehingga menghasilkan kualitas yang lebih terkontrol. Selain itu, perusahaan menerapkan standar pengemasan khusus dengan melapisi kardus menggunakan plastik untuk menjaga kualitas produk selama proses distribusi internasional. Langkah ini dilakukan untuk mengantisipasi kondisi penyimpanan di kapal yang tidak stabil, seperti perubahan suhu dan kelembaban. Menurut Moehyi, pengemasan dan penyimpanan yang tepat berperan penting dalam menjaga mutu produk pangan terhadap perubahan suhu, kelembaban dan kontaminasi selama proses distribusi (Moehyi, 1992). Dengan demikian penggunaan pelapis plastik pada kemasan menunjukkan adanya Upaya Perusahaan dalam mempertahankan kualitas produk agar tetap aman dan layak dikonsumsi hingga samapi negara tujuan.

Kekuatan lainnya adalah konsistensi kegiatan ekspor yang dilakukan secara rutin setiap minggu. Konsistensi ini menunjukkan bahwa perusahaan telah memiliki sistem distribusi yang terstruktur dan mampu menjaga kontinuitas pengiriman produk ke pasar internasional. Distribusi yang berjalan secara konsisten dapat meningkatkan kepercayaan mitra dagang serta menjaga stabilitas permintaan pasar. Kegiatan ekspor juga memberikan keuntungan finansial yang lebih besar karena menggunakan mata uang asing, sehingga meningkatkan nilai pendapatan perusahaan. Menurut I Gusti Ngurah Alit Wiswasta dkk. pada, kekuatan (*strength*) merupakan kondisi internal organisasi yang menjadi keunggulan kompetitif dan mampu mendukung pencapaian tujuan perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar (Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit et al., 2018)

Berdasarkan hasil penelitian, kekuatan PT. X terletak pada keunggulan produk yang memiliki cita rasa khas dengan tetap mempertahankan karakteristik tradisional, khususnya penggunaan cengkeh. Kondisi ini sesuai dengan konsep kekuatan menurut Wiswasta dkk., karena perusahaan memiliki keunikan produk (*product uniqueness*) yang menjadi keunggulan kompetitif dalam pasar internasional, khususnya ASEAN. Selain itu, kemampuan perusahaan dalam melakukan diferensiasi kadar tar dan nikotin sesuai regulasi negara tujuan menunjukkan adanya fleksibilitas operasional. Hal ini termasuk dalam kategori *strength* karena mencerminkan kemampuan adaptasi internal perusahaan terhadap tuntutan pasar internasional. Penerimaan produk yang baik di negara Malaysia, Filipina,

Singapura, dan Vietnam juga menunjukkan adanya kesesuaian antara karakter produk dengan preferensi pasar. (El sidiq, 2026)

Menurut Wiswasta dkk, kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar merupakan bentuk kekuatan yang memperkuat posisi perusahaan dalam perdagangan internasional. Dari sisi operasional, penerapan standar produksi khusus untuk ekspor serta penggunaan pengemasan berlapis plastik menunjukkan adanya sistem pengendalian kualitas (*quality control system*) yang baik (Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit et al., 2018). Hal ini merupakan strength karena perusahaan mampu menjaga kualitas produk dalam kondisi distribusi internasional yang tidak stabil. Konsistensi kegiatan ekspor setiap minggu juga mencerminkan stabilitas operasional perusahaan. Menurut Wiswasta dkk., stabilitas proses bisnis termasuk dalam kekuatan internal karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menjaga keberlanjutan aktivitas ekspor secara terstruktur. Selain itu, penggunaan mata uang asing dalam transaksi ekspor memberikan keuntungan nilai tukar yang lebih tinggi sehingga meningkatkan pendapatan perusahaan. Hal ini juga termasuk dalam strength karena memberikan nilai tambah finansial bagi Perusahaan (Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit et al., 2018).

Selain berasal dari faktor internal Perusahaan, kekuatan P.T Gudang Baru Berkah juga didukung oleh peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Malang melalui pelatihan teknis pada industri hasil tembakau yang mendukung peningkatan kapasitas produksi perusahaan (Wahyu, 2025). Peningkatan kapasitas produksi tersebut membantu Perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar internasional secara konsisten. Kegiatan ini memberikan impac konsistensi Perusahaan dalam memenuhi jumlah permintaan ekspor. Sebagaimana dijelaskan oleh Freddy Rangkuti bawasannya dalam analisis SWOT kemampuan Perusahaan dalam menjaga kapasitas produksi secara berkelanjutan merupakan bagian dari strength karena menunjukkan kesiapan perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar internasional (Rangkuti, 2015)

3.2 Weakness (Kelemahan)

Meskipun PT. X memiliki sistem produksi yang memadai, Perusahaan juga menghadapi beberapa kelemahan dalam kegiatan ekspor. Berdasarkan hasil wawancara, kelemahan utama bukan berasal dari proses produksi atau sumber daya manusia, karena perusahaan telah memiliki mesin produksi sendiri dan tenaga kerja yang memadai. Namun, kelemahan utama terletak pada faktor eksternal yang berdampak langsung terhadap kelancaran ekspor. Perusahaan mengalami kesulitan dalam mengontrol ketepatan waktu pengiriman akibat ketidakpastian jadwal kapal.

Ketidakpastian tersebut dipengaruhi oleh faktor cuaca, kondisi pelayaran, serta gangguan pada jalur distribusi internasional. Penelitian Siregar dan Puar menunjukkan bahwa proses distribusi ekspor sangat dipengaruhi oleh ketepatan sistem logistik dan transportasi karena keterlambatan pengiriman dapat menghambat kelancaran distribusi produk ke negara tujuan ekspor (Siregar & Puar, 2018). Maka dari itu ketergantungan

.

terhadap sistem transportasi internasional menjadi salah satu kelemahan Perusahaan karena dapat mempengaruhi ketepatan waktu pengiriman produk ekspor

Terdapat juga hambatan logistik yang tidak dapat diprediksi, seperti penutupan akses jalan atau perubahan jadwal pengiriman secara mendadak. Hal ini pernah dialami perusahaan menjelang periode hari besar keagamaan, di mana pengiriman tidak dapat dilakukan sesuai rencana karena adanya pembatasan jalur distribusi. Kondisi ini menunjukkan bahwa faktor eksternal di luar kendali Perusahaan masih menjadi resiko dalam aktivitas ekspor.

Kelemahan lainnya adalah keterbatasan kapasitas produksi untuk ekspansi global di luar ASEAN. Perusahaan menyatakan bahwa saat ini kapasitas produksi masih difokuskan untuk memenuhi permintaan pasar ASEAN saja. Penelitian mengenai kapasitas produksi yang belum stabil dapat menyebabkan Perusahaan kesulitan memenuhi permintaan pasar internasional secara lebih luas (Tumbol, 2018). Kondisi tersebut menyebabkan Perusahaan belum mampu melakukan pengiriman secara optimal ke beberapa negara tujuan ekspor. Dapat disimpulkan bahwa kemampuan P.T Gudang Baru Berkah untuk melakukan ekspansi ke pasar internasional yang lebih luas masih terbatas.

Menurut I Gusti Ayu Ari Agung dkk., kelemahan (*weakness*) merupakan kondisi internal perusahaan yang menjadi hambatan dalam pencapaian tujuan organisasi serta mengurangi daya saing perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, kelemahan utama PT. X bukan berasal dari aspek produksi maupun sumber daya manusia, karena perusahaan telah memiliki mesin produksi sendiri dan tenaga kerja yang memadai. Namun demikian, terdapat kelemahan yang berkaitan dengan ketergantungan pada faktor eksternal, khususnya ketidakpastian jadwal kapal. Menurut konsep kelemahan Wiswasta dkk., ketergantungan terhadap faktor eksternal dalam proses operasional menunjukkan adanya keterbatasan kontrol internal perusahaan terhadap proses distribusi. Hal ini menyebabkan perusahaan tidak dapat mengatur waktu pengiriman secara optimal. Selain itu, hambatan logistik seperti perubahan jadwal kapal, kondisi cuaca, serta gangguan jalur distribusi menunjukkan adanya risiko operasional dalam kegiatan ekspor. Kondisi ini termasuk kelemahan karena dapat mengganggu kontinuitas ekspor perusahaan. Keterbatasan kapasitas produksi untuk ekspansi di luar wilayah ASEAN juga merupakan kelemahan internal. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan masih memiliki keterbatasan dalam hal skala produksi untuk memenuhi permintaan pasar global yang lebih luas (Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit et al., 2018).

3.3 Opportunity (Peluang)

PT. X memiliki potensi pasar internasional yang cukup besar. Berdasarkan wawancara, permintaan terhadap produk perusahaan di pasar internasional masih tergolong tinggi, terutama di kawasan dengan komunitas diaspora Indonesia seperti Timur Tengah. Perusahaan juga pernah melakukan ekspor ke negara seperti Dubai dan Arab Saudi. Permintaan di

wilayah tersebut didorong oleh keberadaan diaspora Indonesia yang memiliki preferensi rasa yang sesuai dengan produk perusahaan. Namun, kegiatan ekspor ke wilayah tersebut saat ini mengalami kendala akibat kondisi geopolitik global dan meningkatnya biaya pengiriman internasional lain itu, terdapat peluang ekspansi ke pasar baru seperti Vietnam yang menunjukkan ketertarikan terhadap produk sigaret kretek tangan. Meskipun saat ini perusahaan belum memberikan sampel produk tersebut, ketertarikan ini menunjukkan potensi diversifikasi produk ekspor di masa mendatang. Peluang lainnya juga berasal dari posisi strategis Indonesia di kawasan ASEAN yang memungkinkan akses perdagangan yang lebih mudah dengan negara tetangga seperti Malaysia, Filipina, dan Singapura. Kedekatan geografis dan kesamaan preferensi konsumen menjadi faktor pendukung utama dalam pengembangan pasar ekspor. (El sidiq, 2026)

Menurut I Gusti Ngurah Alit Wiswasta dkk., peluang (*opportunity*) merupakan kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mendukung pengembangan usaha dan peningkatan daya saing. Berdasarkan hasil penelitian, peluang PT. X terlihat dari tingginya permintaan pasar internasional, khususnya di wilayah Timur Tengah yang memiliki komunitas diaspora Indonesia. Kondisi ini sesuai dengan konsep peluang menurut Wiswasta dkk., karena merupakan faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas pasar ekspor. Selain itu, pengalaman perusahaan dalam melakukan ekspor ke Dubai dan Arab Saudi menunjukkan adanya potensi pasar yang sudah terbentuk. Walaupun saat ini terkendala oleh kondisi geopolitik dan biaya logistik, peluang pasar tersebut masih terbuka di masa mendatang (Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit et al., 2018). Ketertarikan pasar Vietnam terhadap produk sigaret kretek tangan juga merupakan peluang baru. Menurut Wiswasta dkk., ketertarikan pasar baru terhadap produk perusahaan merupakan bentuk peluang ekspansi yang dapat meningkatkan diversifikasi pasar ekspor. Posisi strategis Indonesia dalam kawasan ASEAN juga menjadi peluang penting karena memudahkan akses perdagangan dengan negara tetangga seperti Malaysia, Filipina, dan Singapura. Kedekatan geografis dan kesamaan preferensi konsumen memperkuat peluang perusahaan dalam mempertahankan dan memperluas pasar (Tumbol, 2018)

3.4 Threat (Ancaman)

Perusahaan juga menghadapi beberapa ancaman yaitu persaingan yang cukup ketat di pasar internasional. Berdasarkan hasil wawancara, ancaman terbesar justru berasal dari internal industri itu sendiri, yaitu kemampuan perusahaan untuk terus berinovasi dan mempertahankan daya saing produk. Perubahan tren konsumen juga menjadi tantangan bagi perusahaan. Saat ini, produk rokok dengan variasi rasa semakin banyak bermunculan di pasar global. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk melakukan inovasi produk agar tidak tertinggal dari kompetitor. Selain itu, tantangan lain yang dihadapi adalah menjaga hubungan baik dengan mitra eksportir di negara tujuan. Hubungan distribusi yang tidak stabil dapat

mempengaruhi keberlanjutan ekspor. Perusahaan juga harus terus menjaga kualitas produk agar tetap diterima di pasar internasional dengan standar yang semakin ketat. Meskipun harga produk masih dapat diterima oleh pasar, stabilitas kualitas menjadi faktor utama yang harus dijaga dalam menghadapi persaingan global. (El sidiq, 2026)

Menurut Wiswasta dkk., ancaman (*threat*) merupakan kondisi eksternal yang dapat menghambat perkembangan perusahaan serta mengurangi daya saing dalam pasar. Berdasarkan hasil penelitian, ancaman utama PT. X berasal dari dinamika persaingan industri rokok di pasar internasional. Namun, ancaman terbesar juga berasal dari kemampuan internal perusahaan dalam mempertahankan inovasi produk. Menurut Wiswasta dkk., perubahan tren konsumen merupakan faktor eksternal yang dapat menjadi ancaman apabila perusahaan tidak mampu beradaptasi. Hal ini terlihat dari meningkatnya produk rokok dengan variasi rasa di pasar global yang menuntut inovasi berkelanjutan. Selain itu, ketidakstabilan hubungan dengan mitra distribusi internasional juga menjadi ancaman karena dapat mempengaruhi kelancaran ekspor (Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit et al., 2018). Hal ini sesuai dengan konsep ancaman dalam SWOT yang menjelaskan bahwa ketidakpastian lingkungan eksternal dapat berdampak pada keberlangsungan usaha. Tantangan lain adalah meningkatnya standar kualitas internasional yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Meskipun harga produk masih kompetitif, tekanan untuk menjaga kualitas menjadi faktor penting dalam mempertahankan posisi di pasar global.

3.5 Matriks SWOT dan Perumusan Strategi

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal PT. X, diperoleh sejumlah kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi kegiatan ekspor perusahaan ke Malaysia. Faktor-faktor tersebut kemudian dianalisis menggunakan matriks SWOT untuk merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan perusahaan dalam mengembangkan kegiatan ekspornya. Menurut Wiswasta dkk., matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk mengombinasikan faktor internal dan eksternal guna menghasilkan alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi perusahaan (Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit et al., 2018).

Tabel Matriks SWOT PT. X

Internal/Eksternal	Opportunities (O)	Threats (T)
Strengths (S)	Memanfaatkan cita rasa khas, kualitas produk, dan penerimaan pasar untuk memperluas ekspor ke ASEAN dan pasar potensial lainnya.	Mempertahankan kualitas produk serta meningkatkan inovasi untuk menghadapi persaingan dan perubahan tren pasar internasional

Weaknesses (W)	Meningkatkan kapasitas produksi dan memperluas jaringan distribusi untuk memanfaatkan peluang pasar baru	Memperkuat sistem logistik dan melakukan diversifikasi pasar guna mengurangi risiko hambatan distribusi dan persaingan global
-----------------------	--	---

Tabel 2: Matriks Analisis SWOT

Berdasarkan matriks SWOT tersebut, PT. X memiliki kekuatan yang relatif lebih dominan dibandingkan kelemahan yang dimiliki. Keunggulan produk yang bercita rasa khas, kemampuan menyesuaikan standar negara tujuan, serta konsistensi kegiatan ekspor menjadi modal utama perusahaan dalam memanfaatkan peluang pasar internasional yang masih terbuka. Peluangnya juga cukup besar, terutama pada pasar ASEAN yang memiliki kesamaan preferensi konsumen serta potensi pengembangan pasar di wilayah lain seperti Timur Tengah.

Akan tetapi perusahaan masih menghadapi beberapa kelemahan, seperti ketergantungan pada sistem logistik internasional dan keterbatasan kapasitas produksi untuk ekspansi yang lebih luas. Selain itu, ancaman berupa persaingan global, perubahan tren konsumsi, dan peningkatan standar kualitas internasional juga perlu menjadi perhatian perusahaan dalam menyusun strategi ekspor rokok ke depan.

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, strategi yang paling sesuai diterapkan oleh PT. X adalah strategi *Strength-Opportunity* (SO). Strategi ini dipilih karena perusahaan memiliki kekuatan yang mampu dimanfaatkan untuk menangkap peluang pasar internasional yang tersedia. Melalui pemanfaatan keunggulan produk, kualitas yang terjaga, serta penerimaan pasar yang baik di kawasan ASEAN, perusahaan berpotensi memperluas pasar ekspor rokok dan meningkatkan daya saingnya di pasar internasional.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis SWOT terhadap ekspor rokok PT. X ke Malaysia tahun 2025 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki beberapa kekuatan utama berupa keunggulan produk rokok bercita rasa khas berbasis cengkeh, kemampuan memenuhi standar internasional, serta konsistensi kegiatan ekspor ke Malaysia. Perusahaan juga memiliki kelemahan berupa ketergantungan terhadap jadwal pengiriman, hambatan logistik, dan keterbatasan ekspansi pasar di luar kawasan ASEAN. Selain itu, perusahaan memiliki peluang yang cukup besar melalui potensi pasar Malaysia terhadap produk rokok Indonesia, kemudahan perdagangan di kawasan ASEAN, serta peluang pengembangan pasar ke wilayah lain. Namun demikian, perusahaan juga menghadapi ancaman berupa persaingan industri rokok global, perubahan tren konsumsi, meningkatnya standar kualitas internasional, dan berbagai hambatan distribusi internasional.

Berdasarkan hasil identifikasi faktor-faktor tersebut, PT. X berada pada posisi *growth-oriented* sehingga strategi yang paling sesuai adalah strategi *Strength-Opportunity* (SO), yaitu memanfaatkan keunggulan produk dan

kualitas yang dimiliki untuk menangkap peluang pasar internasional, khususnya di Malaysia dan kawasan ASEAN, serta didukung dengan penguatan distribusi dan diversifikasi pasar guna meningkatkan daya saing ekspor perusahaan.

Daftar Pustaka

- Budianto, K. D. (2026). Analisis Strategi Bisnis PT Gudang Garam Tbk dalam Industri Rokok Indonesia. 5(April).
- Kadata.Databoks. (2025). Inilah Produk yang Banyak Diekspor Indonesia ke Malaysia pada 2023. Databoks.Kadata. <https://databoks.katadata.co.id/perdagangan/statistik/d0d92986303b881/inilah-produk-yang-banyak-diekspor-indonesia-ke-malaysia-pada-2023>
- Lewis, W. A. (1954). “ Economic Development with Unlimited Supplies of Labour ”*.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook (2nd ed.). Sage Publications.
- Moehyi, M. (1992). Penyelenggaraan Makanan Institusi dan Jasa Boga. Bhratara.
- Ping, C., Setiawan, A. N., & Febriyanti, D. (2022). Analisis Kinerja Logistik PT . Batara Indah Mulia Ke Luar Negeri. XIII(2), 187–198.
- Pratama, R. A. (2025). Ekspor Melesat, Devisa Erat. <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/ekspor-melesat-devisa-erat>
- Prayoga, A. P. (2019). Upaya Pemerintah Indonesia dalam Peningkatan Ekspor Produk Industri Hasil Tembakau ke Eropa Pada Periode 2016-2019.
- Rangkuti, F. (2015). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis (Edisi Revi). Gramedia Pustaka Utama.
- Rohmah, M. A., Fauziah, B., Rodhiyah, M., Fadiyah, F., Novie, M., Nahdlatul, U., Sidoarjo, U., & Belakang, L. (2026). MENGHADAPI PERSAINGAN DI PASAR INTERNASIONAL: Studi Strategi Harga dan Diferensiasi Produk. 3(1).
- Safitri, Z., El, W., Sitorus, V. P., & Noviyanti, I. (2024). Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. 2(3).
- Saputra, M. H. (1991). Analisis Industri Rokok Kretek di Indonesia. 13–28.

- Siregar, M. T., & Puar, Z. M. (2018). Implementasi lean distribution untuk mengurangi lead time pengiriman pada sistem distribusi ekspor. 10(1), 1–8.
- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. Alfabeta.
- Suprihanti, A., Sinaga, B. M., & Kustiari, R. (2019). DISTRIBUSI SURPLUS EKONOMI INDUSTRI ROKOK DI INDONESIA The Impact of Cigarette Tax Policy on Economic Surplus Distribution of Cigarette Industry in Indonesia. 37(1), 1–23.
- Tumbol, N. (2018). Analisis Layout Pabrik untuk Meningkatkan Kapasitas Produksi di PT. Celebes Minapratama Bitung. 6(3), 1488–1497.
- Wahyu, santi. (2025). Disperindag Proyeksikan Kabupaten Malang Miliki 119 Industri Hasil Tembakau di Akhir 2025. Lentera Today. <https://lenteratoday.com/post/item/224679/Disperindag-Proyeksikan-Kabupaten-Malang-Miliki-119-Industri-Hasil-Tembakau-di-Akhir-2025>
- Wiswasta, I Gusti Ngurah Alit, Agung, A., & Tamba. (2018). Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha). Universitas Mahasaraswati Press.