

## Abstract

The coconut shell charcoal can be used as alternative fuel will become more environmentally friendly, easy to obtain, more economical and can be used by the wider community. In South Tangerang city, there are many home industries producing charcoal shell. Thus, this study will analyze the map strengths, weaknesses, opportunities and threats of the home industry. The results of the analysis using SWOT matrix shows that this industry has a very strategic position to be developed. Policy recommendations of the result is the industry needs to cooperate with coconut farmers and sellers of coconut in the traditional market, so supply remains awake.

# PETA KEKUATAN, KELEMAHAN, PELUANG, DAN ANCAMAN INDUSTRI ARANG TEMPURUNG KELAPA DI KELURAHAN MUNCUL, TANGERANG SELATAN

Radhita Nurul Paradise<sup>1</sup>, Rima Marisa<sup>2</sup>, Noviana Putri<sup>3</sup>,  
Cahyaning Dian Utami<sup>4</sup>, Imal Istimal<sup>5</sup>

<sup>1-4</sup>Mahasiswa S1 STIE Ahmad Dahlan Jakarta

<sup>5</sup>Dosen STIE Ahmad Dahlan Jakarta

E-mail: imalistimal@yahoo.com

---

### INFORMASI ARTIKEL

Dikirim: 15 Maret 2018

Ditelaah: 17 Maret 2018

Diterima: 29 April 2018

Publikasi daring [*online*]: Agustus 2018

---



## Keywords:

Coconut charcoal, biomass, supply, household industry

Agustus 2018, Vol 1 (1): hlm 51-60  
Indonesian Journal of Economics Application  
©2018 STIE Ahmad Dahlan Jakarta  
e-ISSN: 2622-2299  
<http://ojs.stiead.ac.id/index.php/IJEA>

## PENDAHULUAN

Kelapa merupakan salah satu komoditas pertanian sekaligus sebagai industri yang sangat potensial karena kelapa memiliki nilai dan peran penting dalam kehidupan manusia, serta perekonomian di Indonesia. Manfaat dari kelapa sangat banyak seperti bisa dibuat santan, sebagai minyak rambut, aneka makanan dan lain sebagainya. Kelapa juga sebagai salah satu alternatif bagi Masyarakat untuk membuat energi seperti tempurung kelapa yang diubah menjadi arang yang nantinya dipergunakan untuk masyarakat sebagai energi yang menghidupkan alat setrika, sebagai bahan pembakar makanan, dan lain sebagainya. Kebutuhan energi terutama berbasis bahan fosil meningkat dari tahun ke tahun seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada awal tahun 2005, konsumsi bahan bakar fosil (besin) masih di angka 10 juta barel, tetapi pada tahun 2011, konsumsi bahan bakar fosil (bensin) mencapai 165 juta barel, terjadi lonjakan yang cukup besar yaitu sekitar 50% selama enam tahun. Inimendakannegara Indonesia menjadi salah satu negara yang sangat bergantung dengan bahan bakar fosil. Akan menjadi suatu hal yang sangat memprihatinkan di mana sumber daya alam yang dimiliki sangat terbatas. lalu dipakai untuk kebutuhan yang semakin meningkat, oleh karena itu dibutuhkan suatu sumber energi terbaru dalam memuaskan hasrat masyarakat khususnya masyarakat Indonesia yang sudah terbiasa menggunakan bahan bakar fosil.

Alternatif yang dapat membantu ekonomi masyarakat adalah pemanfaatan limbah tempurung kelapa yang diolah menjadi arang. Menurut studi-studi sebelumnya yang dibuat oleh Maryono, Sudding dan Rahmawati (2013), menyatakan bahwa salah satu alternatif tersebut yaitu dengan penggunaan energi biomassa. Energi biomassa merupakan sumber energi yang berasal dari sumber daya alam yang dapat diperbaharui sehingga berpeluang untuk dimanfaatkan sebagai bahan bakar alternatif. Arang tempurung yang memiliki sifat difusitermal yang baik dapat menghasilkan kalor sekitar 6500-7600 kkal/kg sehingga dapat dijadikan suatu bahan baku dalam membuat energi biomassa yang dikemas dalam bentuk bahan bakar padat (briket).

Biomassa yang dijadikan sebagai bahan bakar alternatif akan menjadi lebih ramah lingkungan, mudah diperoleh, lebih ekonomis dan dapat digunakan oleh masyarakat luas. Dengan manfaat yang diberikan oleh bahan bakar biomassa ini akan meningkatkan selera konsumen, yang menjadi hukum utilitas yaitu "*more is better*", dimana posisi masyarakat yang melihat suatu bahan bakar lebih ekonomis, maka akan semakin dipilih sebagai alternatif mengurangi bahan bakar fosil yang selama ini menjadi suatu kebutuhan pokok untuk masyarakat. Selain itu biomassa juga menjadikan pemerintah tidak mengalami kesulitan dalam menanggulangi limbah tempurung kelapa, karena arang tempurung yang berasal dari tempurung kelapa menjadi salah satu bahan baku pembuatan bahan bakar biomassa.

Studi yang dilakukan oleh Yandri (2013) mengatakan bahwa kenyataannya adalah, sebagian besar restoran memberikan konsumsi menu panggang arang tempurug kelapa. Salah satu alasan mengapa arang tempurung kelapa digunakan karena lebih tahan lama dari kayu arang. Hal ini konsisten dengan deskripsi yang dilaporkan oleh Wibisono (2011) yang menyatakan bahwa arang tempurung kelapa memberikan pembakaran panas yang lebih tinggi dan kurang asap dari kayu arang. Studi eksperimental yang lain menggunakan berbagai instrumen yang digunakan oleh Heruwati (2009), dan Hanandito dan Willy (n.d) juga membuktikan bahwa arang tempurung kelapa lebih baik kualitas pembakarannya dibanding bahan bakar berbasis biomassa lainnya. Membaca situasi tersebut, arang tempurung cukup berpotensi ekonomi untuk dikembangkan (Subandiyono *et al.*, 2007).

Namun demikian, arang tempurung kelapa mempunyai kelemahan dalam pemrosesan karena dalam pemrosesan menghasilkan asap yang dapat mengakibatkan pencemaran udara, dan dalam hal ini di perlukan teknologi yang ramah lingkungan dalam pembuatan atau pemrosesan arang tempurung kelapa yang efisien. Arang tempurung kelapa mempunyai ancaman yang harus dihadapi, oleh karena itu harus segera diatasi karena dapat mengakibatkan penghalang bagi usaha arang tempurung kelapa. Atas keterangan itu, artikel ini mengulas hasil analisis peta kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) industri arang tempurung.

Penggunaan analisis SWOT bermanfaat bagi manajemen karena disebabkan oleh: (1) mampu memberikan gambaran suatu organisasi dari empat sudut dimensi, yaitu *strength* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan), serta *opportunities* (peluang) dan *threats* (kelemahan). Sehingga pengambil keputusan bisa meliahat dari empat dimensi ini secara lebih komprehensif; (2) dapat dijadikan sebagai rujukan pembuatan rencana keputusan jangka panjang; (3) dapat dijadikan penilaian secara rutin dalam melihat *progress report* dari setiap keputusan yang telah dibuat selama ini (Fahmi, 2014).

Dalam penelitian ini objek yang ingin diteliti adalah UKM arang tempurung di Kelurahan Kranggan, Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. Adapun obyek yang diamati adalah industri kecil milik Bapak Nur Hasyim. didirikan pada tahun 2000 dan telah berjalan selama 16 tahun hingga saat ini. Berawal mula dari pemilik pabrik Bapak Nur Hasyim yang menjadi pekerja arang tempurung kelapa di pabrik milik salah satu temannya, kemudian Bapak Nur Hasyim mendapatkan kesempatan untuk dapat bekerjasama dengan pemilik pabrik untuk membuka indutri arang. Dari hasil kerjasama tersebut Bapak Nur Hasyim memperoleh pendapatan yang menjanjikan sehingga Bapak Nur Hasyim memutuskan untuk membuka industri arang tempurung sendiri dengan modal yang telah diperoleh dari hasil kerjasama sebelumnya, dan telah memiliki dua orang karyawan hingga saat ini.



Sumber: survey, 2016

Gambar 1. Foto Bersama Tim Peneliti dengan Bapak Nur Hasyim

## METODE

Data yang akan digunakan oleh peneliti adalah data primer. Menurut Juanda (2010), data primer adalah data yang dikumpulkan untuk memenuhi kebutuhan penelitian yang sedang dihadapi. Teknik analisis data akan digunakan adalah analisis SWOT dengan melakukan pembobotan pada setiap masing-masing komponen SWOT tersebut kemudian diolah menggunakan diagram radar pada *microsoft excel*. Menurut Fahmi (2014), analisis SWOT merupakan suatu penyempurnaan pemikiran berbagai kerangka kerja dan rencana strategi yang pernah diterapkan dimedan pertempuran maupun bisnis. Dengan analisis ini peneliti akan lebih menyempurnakan strategi SWOT di UKM arang tempurung di Kelurahan Kranggan, Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan.

Menurut Rangkuti (2003), analisis SWOT atau analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal yang dimiliki dan dihadapi oleh perusahaan untuk merumuskan berbagai alternatif strategi yang sesuai. Cara perhitungan bobot dan *rating* dalam SWOT matriks sebagai berikut.

Tabel 1. Cara Perhitungan Faktor Internal

No	Kekuatan	Bobot	Relatif	Rating	Score
1	Indikator Kekuatan 1	3.9	0.081	2.8	0.23
2	Indikator Kekuatan 2	3.8	0.079	2.6	0.21
3	Indikator Kekuatan 3	3.8	0.079	2.8	0.22
4	Indikator Kekuatan 4	4.5	0.094	2.8	0.26
5	Indikator Kekuatan 5	4.3	0.090	2.5	0.22
6	Indikator Kekuatan 6	4.4	0.092	3.2	0.29
Total		24.7	0.515		1.43
No	Kelemahan	Bobot	Relatif	Rating	Score
1	Indikator Kelemahan 1	3.3	0.069	3.6	0.25
2	Indikator Kelemahan 2	3.5	0.073	3.2	0.23
3	Indikator Kelemahan 3	3.5	0.073	3	0.22
4	Indikator Kelemahan 4	3.2	0.067	2	0.13
5	Indikator Kelemahan 5	3.3	0.069	3.3	0.23
6	Indikator Kelemahan 6	3.2	0.067	3.2	0.21
7	Indikator Kelemahan 7	3.3	0.069	3.1	0.21
Total Bobot X Score Untuk Internal Faktor		48.0	1.000		2.92

Tabel 2. Cara Perhitungan Faktor Eksternal

No	Peluang	Bobot	Relatif	Rating	Score
1	Indikator Peluang 1	4.3	0.102	3.2	0.33
2	Indikator Peluang 2	4.1	0.097	2.7	0.26
3	Indikator Peluang 3	3.7	0.087	2.8	0.24
4	Indikator Peluang 4	3.7	0.087	2.9	0.25
5	Indikator Peluang 5	3.9	0.092	2.8	0.26
6	Indikator Peluang 6	3.7	0.087	2.8	0.24
		23.4	0.553		1.59
No	Ancaman	Bobot	Relatif	Rating	Score
1	Indikator Ancaman 1	3.5	0.083	2.4	0.20
2	Indikator Ancaman 2	3.2	0.076	2.5	0.19
3	Indikator Ancaman 3	3.2	0.076	2.7	0.20
4	Indikator Ancaman 4	3.2	0.076	2.8	0.21
5	Indikator Ancaman 5	2.8	0.066	2.3	0.15
6	Indikator Ancaman 6	3	0.071	2.4	0.17
Total		18.9	0.45		1.13
Total Bobot X Score Untuk Eksternal Faktor		42.3	1.000		2.71

Menurut Rangkuti (2015), cara perhitungan bobot dan *rating* dan SWOT, bobot di tentukan berdasarkan tingkat pentingnya atau urgensi penanganan dengan skala 1 sampai 5 (1=tidak penting, 5=sangat penting). Cara menjumlahkan bobot kekuatan dan kelemahan kemudian dihitung bobot relatif untuk masing-masing indikator yang terdapat pada kekuatan dan kelemahan, sehingga total nilai bobot tersebut menjadi 1 atau 100%. Dengan cara yang sama dihitung bobot dan bobot relatif untuk peluang dan ancaman.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan strategi dalam memasarkan dan mengembangkan produk industri arang tempurung kelapa dapat menentukan kekuatan, kelemahan, tantangan dan kendala maka penulis ingin menganalisis strategi tersebut dengan analisis SWOT dengan pendekatan kuantitatif agar dapat mengetahui secara pasti posisi organisasi yang dibentuk dalam Industri arang tempurung kelapa.

Tabel 3. Matriks SWOT

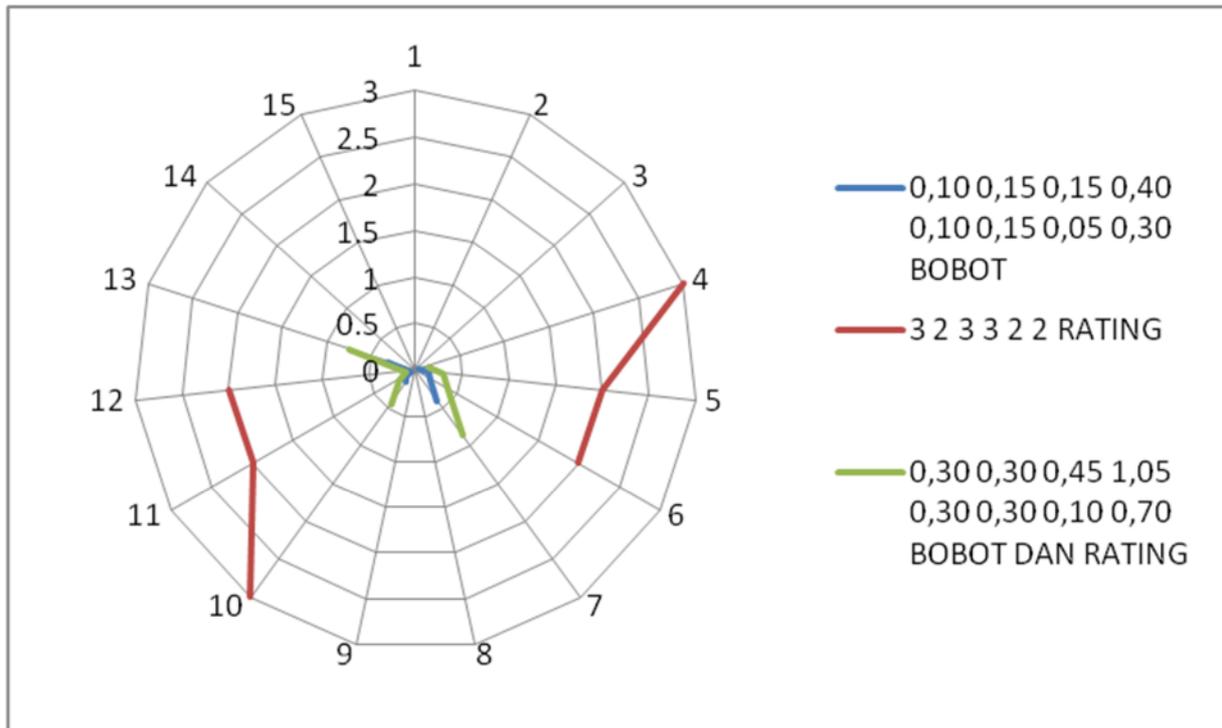
<b>Internal</b>	<p><b>Strengths (S)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengalaman bisnis dibidang pembuatan arang tempurung kelapa</li> <li>• Hubungan baik dengan pembeli dan pemasok</li> <li>• Dalam pemasaran memakai strategi komunikasi konsumen dan kekonsumen lainnya</li> </ul>	<p><b>Weaknesses (W)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum memiliki nama produknya dan nama industri</li> <li>• Ketidakmampuan keuangan dan manajemen untuk peningkatan kinerja perusahaan.</li> <li>• Belum ada alat modern dalam pembakaran untuk menghemat waktu dan praktis (manual)</li> </ul>
<b>Eksternal</b>	<p><b>Strategi (S-O)</b></p> <p>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.</p>	<p><b>Strategi (W-O)</b></p> <p>Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.</p>
	<p><b>Threats (T):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Munculnya pesaing baru</li> <li>• Adanya pesaing yang menawarkan harga dibawah pasaran</li> <li>• Industri arang tempurung kelapa harus lebih inovatif dalam mengembangkan produk arang tempurung kelapa dalam menghadapi persaingan dengan indutri arang tempurung kelapa lain yang menjual produk sejenis</li> </ul>	<p><b>Strategi (S-T)</b></p> <p>Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.</p>
		<p><b>Strategi (W-T)</b></p> <p>Ciptakan strategi yang meminimalkan kekuatan.</p>

Sumber: data diolah, 2016

Setelah mengetahui berbagai kekuatan (*stregth*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) berikutnya akan dianalisa berbagai faktor-faktor untuk mendapatkan gambaran lebih lanjut tentang IRT Arang Tempurung Kelapa pemilik Bapak Nur Hasyim sehingga dapat ditentukan baik itu strategi dan langkah yang dapat diterapkan oleh Bapak Nur Hasyim dimasa yang akan datang. Langkah yang digunakan dalam tahap menganalisa faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman produk arang oleh Bapak Nur Hasyim yaitu

dengan melakukan analisa melalui Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) yang terdiri dari (*strenght*), kelemahan (*weakness*) dan Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) yang terdiri dari peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) pada IRT Arang Tempurung Kelapa dari Bapak Nur Hasyim.

Selanjutnya dari analisa Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) tersebut akan dianalisa kembali dengan menggunakan Diagram Radar untuk mengetahui gambaran akhir kedudukan dari Arang Tempurung Kelapa yang di distribusikan oleh Bapak Nur Hasyim dengan produk-produk yang sejenis dari IRT lain



Sumber: data diolah, 2016

Gambar 2. Diagram Radar Hasil SWOT

Setelah mengetahui berbagai kekuatan (*stregth*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) berikutnya akan dianalisa berbagai faktor-faktor untuk mendapatkan gambaran lebih lanjut tentang IRT Arang Tempurung Kelapa pemilik Bapak Nur Hasyim sehinga dapat ditentukan baik itu strategi dan langkah yang dapat diterapkan oleh Bapak Nur Hasyim dimasa yang akan datang. Langkah yang digunakan dalam tahap menganalisa faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman produk arang oleh Bapak Nur Hasyim yaitu dengan melakukan analisa melalui Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) yang terdiri dari (*strenght*), kelemahan (*weakness*) dan Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) yang terdiri dari peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) pada IRT Arang Tempurung Kelapa dari Bapak Nur Hasyim.

Selanjutnya dari analisa Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) tersebut akan dianalisa kembali dengan menggunakan Diagram Radar untuk mengetahui gambaran akhir kedudukan dari Arang Tempurung Kelapa yang di distribusikan oleh Bapak Nur Hasyim dengan produk-produk yang sejenis dari IRT lain.

### *Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)*

Setelah faktor-faktor strategi internal dan eksternal telah diidentifikasi tabel IFAS dan EFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor internal dalam kerangka *Strength* dan *weaknesses* serta faktor-faktor eksternal dalam kerangka *Opportunities* dan *Threat*. Dari hasil wawancara pada responden yaitu dari bapak Nur Hasyim, kemudian dengan perhitungan yang digambarkan pada tabel 4 dan tabel 5 untuk memberikan nilai Bobot, *Rating* dan Scorenya. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa pada komponen kekuatan (*strength*) dalam pengalaman bisnis dibidang pembuatan arang tempurung kelapa dan hubungan baik dengan pembeli dan pemasok masing-masing komponen tersebut mendapatkan hasil bobot dan *rating* sebesar 0,30. Sementara dalam pemasaran memakai strategi komunikasi konsumen dan konsumen lainnya mendapatkan hasil bobot dan *rating* sebesar 0,45. Sehingga total dari bobot dan *rating* pada komponen kekuatan tersebut mendapatkan hasil sebesar 1,05. Kemudian pada komponen kelemahan (*weaknesses*) dengan belum memiliki nama produk dan nama industri serta ketidakmampuan keuangan dan manajemen untuk peningkatan kinerja keuangan masing-masing komponen tersebut mendapatkan hasil bobot dan *rating* sebesar 0,30.

Sementara belum adanya alat modern dalam pembakaran untuk menghemat waktu dan praktis mendapatkan hasil bobot dan *rating* sebesar 0,10. total dari bobot dan *rating* pada komponen kelemahan tersebut mendapatkan hasil sebesar 0,70. Sehingga pada faktor internal industri Bapak Nur Hasyim mendapatkan hasil bobot dan *rating* sebesar 1,75. Kemudian pada faktor eksternal dengan komponen peluang (*opportunities*) dalam meningkatkan kebutuhan dalam arang diberbagai kalangan berbagai usaha kecil menengah mendapatkan hasil bobot dan *rating* sebesar 0,15 dan dalam komponen adanya pelanggan tetap mendapatkan bobot dan *rating* sebesar 0,30. Kemudian dalam sebagian restoran masih menggunakan produk arang tempurung kelapa mendapatkan bobot dan *rating* 0,40. Sehingga mendapatkan hasil bobot dan *rating* dalam komponen peluang sebesar 0,85. Sementara pada komponen ancaman (*Threat*) dalam munculnya pesaing baru mendapatkan hasil bobot dan *rating* sebesar 0,45 dan dalam adanya pesaing yang menawarkan harga dibawah pasaran mendapatkan bobot dan *rating* sebesar 0,20. Kemudian dalam industri arang tempurung kelapa harus lebih inovatif dalam mengembangkan produk arang tempurung kelapa dalam menghadapi persaingan dengan industri arang tempurung kelapa lain yang menjual produk sejenis mendapatkan bobot dan *rating* sebesar 0,10. Total dalam komponen ancaman mendapatkan hasil bobot dan *rating* sebesar 0,75. Sehingga pada faktor eksternal industri Bapak Nur Hasyim mendapatkan hasil bobot dan *rating* sebesar 1,60.

### *Strategi kompetitif pada IRT Arang Tempurung Kelapa*

Berdasarkan hasil analisa dengan menggunakan Matriks SWOT dari beberapa faktor menggunakan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan sedangkan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman untuk mendapatkan strategi kompetitif bagi Bapak Nur Hasyim.

Strategi (S-T) yang dapat dilakukan adalah: (1) Meningkatkan mutu produk; (2) menciptakan produk arang tempurung kelapa yang lebih inovatif dari pesaing yang ada; dan (3) bahan berkualitas dan memberikan layanan antar jemput untuk memudahkan pelanggan dalam mendapatkan arang tempurung kelapa.

Dengan adanya strategi tersebut maka industri arang tempurung yang dimiliki oleh Bapak Nur Hasyim dapat memaksimalkan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada. Sehingga, ancaman yang ada seperti adanya pesaing baru maupun pesaing yang memberikan harga dibawah harga pasaran dapat diatasi dengan kelebihan yang ada melalui strategi seperti meningkatkan mutu produk sehingga konsumen atau pelanggan akan merasa puas dengan mutu atau kualitas yang ada pada produk tersebut dan pelanggan tidak akan mencari industri arang

tempurung yang lain. Kemudian dalam menciptakan produk arang tempurung kelapa yang lebih inovatif seperti memanfaatkan hasil limbah dari arang tempurung kelapa tersebut yaitu abu yang di hasilkan dari limbah hasil proses pembakaran arang tempurung kelapa yang dapat dimanfaatkan untuk penggunaan pupuk tanaman yang seringkali dibuang percuma oleh para produsen arang tempurung kelapa. Dengan memberikan pelayanan antar jemput maka pelanggan akan puas dalam pelayanan yang diberikan oleh industri arang tempurung Bapak Nur Hasyim sehingga pelanggan akan tetap memesan arang pada industri tersebut karena lebih efisien dan efektif.

Strategi (W-T) antara lain: (1) melakukan aliansi strategi atau kemitraan baik dengan pembeli maupun dengan pemasok; (2) dapat menekankan keberadaan barang yang cacat untuk menghasilkan harga produk yang berkualitas dan murah; dan (3) mengembangkan industri arang tempurung berkelanjutan. Strategi yang ada pada komponen kelemahan dan ancaman (w-t) dapat digunakan untuk meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman seperti strategi melakukan aliansi strategi atau kemitraan baik dengan pembeli maupun pemasok dengan kekuarangan yang dimiliki industri Bapak Nur Hasyim dengan belum adanya alat modern sebagai penghemat waktu dan praktis atau masih menggunakan sistem manual dapat menghindari ancaman adanya pesaing baru dalam bisnis arang tempurung kelapa.

Strategi (W-O) antara lain: (1) pemberian merek produk arang tempurung kelapa; (2) meningkatkan keterampilan karyawan/ SDM; dan (3) melakukan promosi kepada konsumen-konsumen yang telah menggunakan arang tempurung. Dalam strategi kelemahan dan peluang (w-o) industri arang tempurung bapak Nur Hasyim yang belum memiliki nama produk perlu memberikan merek pada produk, agar pelanggan ataupun pemasok lebih mudah untuk mengenal maupun mengingat industri Bapak Nur Hasyim tersebut. Dalam meningkatkan keterampilan karyawan/ SDM dengan belum adanya alat modern sebagai penghemat waktu dan praktis atau masih menggunakan sistem manual perlu diminimalkan untuk memanfaatkan peluang yang ada seperti meningkatnya kebutuhan dalam arang tempurung diberbagai kalangan usaha kecil menengah, sehingga memungkinkan produk yang dibutuhkan akan lebih banyak oleh masyarakat sehingga lebih mudah apabila karyawan/SDM meningkatkan keterampilan untuk menghasilkan produk dengan jumlah maksimal dalam waktu singkat.

Strategi (S-O) antara lain: (1) tetap menjaga hubungan dan kepercayaan konsumen; (2) dapat meningkatkan kualitas dan pelayanan untuk konsumen agar konsumen merasa nyaman dan puas dalam menggunakan produk Arang Tempurung Kelapa dan serta menarik konsumen baru; dan (3) melakukan peningkatan kapasitas produksi. Dengan melakukan strategi menjaga hubungan dan kepercayaan konsumen, meningkatkan kualitas dan pelayanan untuk konsumen serta strategi dalam melakukan peningkatan kapasitas produksi yang akan dilakukan oleh industri arang tempurung kelpa Bapak Nur Hasyim akan dapat memanfaatkan peluang dengan memaksimalkan kekuatan atau kelebihan yang ada pada industri arang tempurung kelapa Bapak Nur Hasyim.

## **SIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Dari hasil analisis Internal dan Eksternal SWOT Arang Tempurung Kelapa Kelurahan Keranggan, Kecamatan Setu, Kota Tanggerang Selatan untuk memperoleh strategi kompetitif dapat diambil dari kesimpulan Strategi Kekuatan dan Peluang (S-O) dapat meningkatkan kualitas dan pelayanan untuk konsumen agar konsumen merasa nyaman dan puas dalam menggunakan produk Arang Tempurung Kelapa dan serta menarik konsumen baru, dan melakukan peningkatan usaha petani kelapa.

Dengan menggunakan Strategi Kekuatan dan Ancaman (S-T) Industri Arang Tempurung Kelapa Kelurahan Keranggan, Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan yang sudah dikenal masyarakat dan dapat memberikan nilai positif bagi perusahaan sehingga konsumen tetap setia pada produk ini, dan bahan berkualitas dan memberikan layanan antar jemput untuk memudahkan pelanggan dalam mendapatkan arang tempurung kelapa. Strategi Kelemahan dan Peluang (W-O) dapat menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang, dan melakukan promosi kepada konsumen-konsumen yang telah menggunakan arang tempurung. Strategi Kelemahan dan Ancaman (W-T) dapat menekankan keberadaan barang yang cacat untuk menghasilkan harga produk yang berkualitas dan murah, dan mengembangkan industri arang tempurung berkelanjutan.

Setelah mengidentifikasi apa yang ada pada Industri Arang Tempurung Kelapa Kelurahan Keranggan, Kecamatan Setu Kota Tangerang Selatan dengan menggunakan analisis SWOT IFAS (Internal Faktor Analisis SWOT) dan Matrik SWOT mempunyai posisi yang sangat strategis untuk mengembangkan dan memajukan industri rumah tangga dalam produk arang tempurung kelapa dengan adanya kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh industri tersebut serta peluang yang ada disekitar industri tersebut mengingat terdapatnya ancaman serta kelemahan yang ada di dalam maupun sekitar industri dapat diatasi dengan strategi-strategi yang telah ditentukan.

Setelah mempelajari keadaan yang terjadi pada Industri Arang Tempurung Kelapa maka, tim penulis menyarankan agar memperhatikan sebagai berikut:

1. Pengusaha arang tempurung kelapa perlu melakukan kerjasama dengan para petani pengrajin kopra dan penjual kelapa parut di pasar tradisional agar pasokan bahan baku tempurung kelapa berkesinambungan;
2. Usaha pembuatan arang tempurung kelapa berpotensi dan layak untuk dikembangkan, serta dapat menghasilkan devisa bagi negara dan menambah penerimaan negara atas penerimaan pajak langsung dari sisi hulu, maka selayaknya pemerintah daerah memberikan perhatian alokasi areal atau lokasi yang cocok atau khusus untuk jenis usaha ini dengan tanpa mengganggu lingkungan pemukiman penduduk, dan setelah itu memperhatikan Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancamanya yang dilakukan pada Industri Arang Tempurung Kelapa sebagai berikut:

a. *Strengths (S)/Kekuatan*

Industri Arang Tempurung Kelapa harus tetap menjaga dan mempertahankan pelayanan yang berkualitas yang diberikan perusahaan kepada konsumen, agar tidak mempengaruhi minat konsumen, melakukan peningkatan usaha petani kelapa, dan memberi kesadaran masyarakat akan energi yang ramah lingkungan.

b. *Weaknesses (W)/Kelemahan*

Industri arang tempurung kelapa sebaiknya lebih fokus pada proses produksi dengan menambahkan alat pembakaran yang baru yang dapat mempermudah dan mempercepat proses produksi, serta melakukan perawatan alat pembakaran secara rutin agar tidak mengalami kegagalan atau kecacatan produk yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dan mengembangkan arang tempurung yang berbahan baku kelapa berdasarkan keuntungan ekonomi dan lingkungan.

c. *Opportunities (O)/Peluang*

Industri harus pandai dalam mengambil peluang atau kesempatan pemilihan strategi terbaik yang dapat diterapkan oleh industri yaitu dengan strategi kompetitif yakni

menggunakan kekuatan-kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang, dan memperbaiki lingkungan hidup.

d. *Threats (T) /Ancaman*

Industri harus lebih meningkatkan kualitas dan daya jangkauan yang luas agar dapat bersaing dengan industri lain serta terhindar dari ancaman-ancaman industri lain yang semakin bermunculan, memperbesar usaha arang tempurung untuk mengatasi upah buruh dan biaya transportasi dan menciptakan keamanan daerah lebih kondusif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, I., (2014), *Studi Kelayakan Bisnis dan Keputusan Investasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hanandito, L., dan Willy, S., (n.d), *Pembuatan Briket Arang Tempurung Kelapa Dari Sisa Bahan Bakar Pengasapan Ikan Kelurahan Bandarharjo Semarang*,  
[http://eprints.undip.ac.id/36696/1/3.Artikel\\_Iliah.pdf](http://eprints.undip.ac.id/36696/1/3.Artikel_Iliah.pdf).
- Heruwati, L.D., (2009), *Pengaruh Variasi Tekanan pada Pembuatan Briket Arang Tempurung Kelapa dengan Perikat Daun Jambu Mete Muda (Anacardium Occidentale L.) terhadap Nilai Kalor yang Dihasilkan*, Skripsi, Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Juanda, B., (2010), *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, Bogor: IPB Press.
- Maryono, Sudding & Rahmawati. (2013), Pembuatan dan Analisis Mutu Briket Arang Tempurung Kelapa Ditinjau dari Kadar Kanji. *Jurnal Chemical*, 14(1), 74-83.
- Rangkuti, F., (2015), *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Kompas Gramedia Building.
- Subandiyono, Pramudya, B., dan Pandjaitan, N.H., (2007), *Prospek Usaha Pembuatan Arang Tempurung (Studi Kasus UD. Beringin Jaya)*, Jurnal MPI Vol 2, No. 1: 12-23.
- Wibisono, E.T., (2011), *Business Opportunities of Briquette from Coconut Shell Charcoal*, Paper, STMIK Amikom, Yogyakarta, [research.amikom.ac.id/index.php/KIM/article/view/4315/2650](http://research.amikom.ac.id/index.php/KIM/article/view/4315/2650).
- Yandri, P., (2013), Consumer Preferences for Coconut Shell Charcoal in Suburban Indonesia, *International Research Journal of Business Studies*, Vol VI No. 2: 121-132.