

STRATEGI EKSPOR PRODUK OLAHAN KELAPA BULAT PT SAMBU GROUP KE MALAYSIA

Oleh : Descy Deltalita

Pembimbing : Irwan Iskandar, S.IP., MA

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Indonesia sebagai produsen kelapa terbesar dunia memiliki potensi besar dalam industri ekspor produk olahan kelapa. PT Sambu Group menjadi salah satu pelaku utama dalam ekspor produk olahan kelapa bulat ke Malaysia. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya strategi ekspor yang tepat untuk menghadapi tantangan pasar global. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi ekspor yang diterapkan PT Sambu Group dalam meningkatkan daya saing di pasar Malaysia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori keunggulan kompetitif Michael Porter sebagai landasan analisis. Fokus kajian terletak pada strategi diferensiasi produk, efisiensi biaya, dan penguatan distribusi. Data diperoleh melalui studi Pustaka dan analisis dokumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Sambu Group mampu mempertahankan daya saing ekspor melalui inovasi produk, kemitraan petani, serta pemenuhan standar internasional. Strategi ini terbukti efektif dalam memperluas pasar ekspor ke Malaysia dan memperkuat posisi perusahaan sebagai eksportir utama produk kelapa olahan di kawasan.

Kata Kunci : Ekspor, Kelapa Bulat Olahan, Strategi Ekspor, PT Sambu Group, Keunggulan Kompetitif, Pasar Malaysia.

ABSTRACT

Indonesia, as the world's largest coconut producer, has great potential in the export industry for processed coconut products. PT Sambu Group is one of the main players in exporting processed coconut products to Malaysia. This research is motivated by the importance of implementing the right export strategy to address the challenges of the global market.

This research uses a descriptive qualitative approach, with Michael Porter's theory of competitive advantage as the analytical framework. The study focuses on product differentiation strategies, cost efficiency, and distribution strengthening. Data were obtained through literature review and document analysis.

The results show that PT Sambu Group has been able to maintain its export competitiveness through product innovation, partnerships with farmers, and compliance with international standards. This strategy has proven effective in expanding its export market to Malaysia and in strengthening the company's position as a major exporter of processed coconut products in the region.

Keywords: Export, Processed Round Coconut, Export Strategy, PT Sambu Group Competitive Advantage, Malaysian Market

PENDAHULUAN

Ekspor memperluas pasar. Dalam konteks perdagangan internasional, ekspor berperan penting bagi perekonomian suatu negara karena mampu meningkatkan pendapatan nasional dan menciptakan surplus perdagangan. Perubahan ekonomi global, dampak pandemi, serta kemajuan teknologi menuntut inovasi dan strategi ekspor yang adaptif. Indonesia, sebagai salah satu produsen kelapa terbesar di dunia, memiliki potensi besar dalam perdagangan produk olahan kelapa. Hampir seluruh bagian kelapa dapat dimanfaatkan, sehingga disebut sebagai “pohon kehidupan”. Permintaan global terhadap produk kelapa terus meningkat, dengan 75% produksinya diekspor ke berbagai negara seperti Malaysia, Tiongkok, Amerika Serikat, dan Papua Nugini.

Provinsi Riau, khususnya Kabupaten Indragiri Hilir, menjadi pusat produksi kelapa nasional dan berperan penting dalam ekspor. Pada tahun 2017, nilai ekspor produk kelapa Indonesia mencapai 1,4 miliar dolar AS, meningkat 43% dalam empat tahun. Pertumbuhan ini didukung oleh penguatan infrastruktur, hilirisasi produk, dan pemberdayaan petani. Indragiri Hilir kini dikenal sebagai “Bumi Hampan Kelapa Dunia” karena mampu bersaing di pasar internasional melalui peningkatan kualitas dan diversifikasi produk.

Malaysia menjadi salah satu pasar utama karena produksi kelapa domestiknya tidak mencukupi kebutuhan nasional. Dengan luas area tanam 85.630 hektare dan produksi sekitar 624.000 ton per tahun, Malaysia masih mengalami defisit sekitar 120.000 ton yang dipenuhi melalui impor dari Indonesia. Permintaan terhadap produk olahan kelapa seperti santan, minyak kelapa murni, dan kelapa parut terus meningkat, seiring pertumbuhan industri makanan dan minuman. Produk PT Sambu Group dari Indonesia, seperti **santan Kara**, **nata de coco**, dan **minyak kelapa**, memiliki keunggulan karena telah memenuhi standar

internasional dan diterima luas di pasar Malaysia. Kondisi ini menciptakan peluang besar bagi Indonesia untuk memperkuat posisi sebagai pemasok utama produk olahan kelapa di kawasan Asia Tenggara.¹

KERANGKA DASAR TEORI

Perspektif Liberalisme

Liberalisme merupakan salah satu perspektif penting dalam kajian Hubungan Internasional (HI) yang memberikan dasar pemahaman terhadap dinamika hubungan antarnegara maupun aktor non-negara. Pandangan ini menekankan bahwa sistem internasional bukan semata arena konflik seperti yang diyakini realisme, melainkan ruang bagi kerja sama dan saling ketergantungan. Prinsip utama liberalisme adalah *keamanan bersama* (collective security), di mana perdamaian dapat tercapai melalui kolaborasi antarnegara dan lembaga internasional.

Dalam studi kawasan, liberalisme memandang bahwa fenomena sosial, politik, dan ekonomi di suatu wilayah saling berkaitan dengan dinamika global. Peristiwa di satu negara dapat berdampak pada negara lain karena adanya keterhubungan dan ketergantungan yang tinggi antaraktor internasional, baik negara maupun individu. Konsep *interdependensi liberal* inilah yang menjadi landasan bagi terbentuknya berbagai kerja sama ekonomi internasional—baik bilateral, multilateral, maupun regional yang bertujuan untuk mencapai keuntungan bersama dan menjaga stabilitas global.²

Teori Keunggulan Kompetitif Michael E. Porter

¹ Hendrik Firmansyah, “Ekspor dan Impor dalam perdagangan internasional: pengertian, tujuan dan tahapannya”, (Universitas Pelita Bangsa, 2024)

² Kompasiana, “Prespektif Liberalisme dalam Hubungan Internasional”, [ompasiana.com/unggundwiprasetyo](https://kompasiana.com/unggundwiprasetyo), 30 mei 2021

Teori keunggulan kompetitif yang diperkenalkan oleh Michael E. Porter menjelaskan bagaimana suatu negara atau perusahaan dapat mencapai posisi unggul dalam persaingan global. Teori ini hadir sebagai penyempurna dari teori ekonomi klasik yang dianggap terlalu menitikberatkan pada faktor alamiah. Porter menekankan bahwa keunggulan suatu entitas tidak hanya ditentukan oleh sumber daya alam yang dimiliki, tetapi juga oleh kemampuan dalam menciptakan nilai tambah melalui inovasi dan peningkatan efisiensi proses produksi.

Keunggulan kompetitif mencerminkan kemampuan perusahaan atau negara dalam menawarkan produk yang memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan pesaing, baik dari segi harga, kualitas, maupun karakteristik unik. Dalam konteks ekspor produk olahan kelapa bulat ke Malaysia, teori ini relevan karena negara tersebut mengalami kekurangan pasokan dan harus bersaing dengan negara lain seperti Thailand dan Filipina.

Penerapan teori ini terlihat pada strategi ekspor PT Sambu Group, yang sesuai dengan kerangka **Porter's Diamond**. Faktor produksi (factor conditions) didukung oleh ketersediaan bahan baku kelapa yang melimpah di Indragiri Hilir, teknologi modern, dan tenaga kerja yang terampil. Permintaan tinggi dari Malaysia (demand conditions) menjadi peluang besar bagi perusahaan. Selain itu, keberadaan industri pendukung seperti transportasi, logistik, dan penyedia kemasan (related and supporting industries) turut meningkatkan efisiensi rantai pasok. Dalam aspek strategi dan persaingan (firm strategy, structure, and rivalry), PT Sambu Group mengandalkan ekspor terintegrasi, menjaga mutu produk, melakukan inovasi, serta menyesuaikan diri dengan dinamika pasar dan kompetitor regional.

Dengan demikian, keunggulan kompetitif PT Sambu Group dalam menembus pasar Malaysia tidak hanya

bersumber dari potensi alam, tetapi juga dari inovasi berkelanjutan, dukungan industri pendukung, strategi bisnis yang adaptif, serta kemampuan dalam membaca dan merespons perubahan pasar global.³

Tingkat Analisis Perusahaan

Untuk memahami dan menjelaskan permasalahan yang diteliti, diperlukan penentuan level analisis yang tepat guna mengidentifikasi pada tingkat mana fenomena tersebut terjadi. Dalam penelitian ini digunakan level analisis perusahaan, yang berfokus pada berbagai aspek internal yang memengaruhi kinerja dan keberhasilan bisnis. Salah satu aspek penting adalah budaya perusahaan, yang mencakup nilai, norma, dan lingkungan kerja yang membentuk karakter serta perilaku organisasi. Selain itu, struktur organisasi turut menjadi objek kajian untuk melihat bagaimana pembagian tugas, alur komunikasi, dan proses pengambilan keputusan diatur sehingga dapat memengaruhi efisiensi serta kemampuan adaptasi perusahaan terhadap perubahan.

Analisis pada tingkat ini juga menyoroti strategi yang diterapkan perusahaan dalam mencapai tujuan jangka pendek maupun jangka panjang, seperti strategi pemasaran, inovasi produk, ekspansi pasar, dan respon terhadap persaingan global. Secara keseluruhan, level analisis perusahaan memberikan pemahaman mendalam mengenai cara organisasi mengelola sumber daya, menghadapi tantangan, serta menciptakan nilai tambah di tengah lingkungan bisnis yang kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sebagai pendekatan utama dalam

³ Michael E. Porter “The Five Competitive Forces That Shape Strategy” harvard business review, january 2008

pengumpulan dan analisis data. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan menyeluruh terhadap permasalahan yang dikaji melalui interpretasi terhadap data yang relevan. Fokus metode kualitatif terletak pada proses serta realitas yang terjadi di lapangan, yang kemudian diuraikan dalam bentuk deskripsi yang sistematis dan terstruktur sehingga hasil penelitian lebih mudah dipahami serta memberikan analisis yang mendalam.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis dokumen (*document analysis*) yang dilakukan melalui studi pustaka (*library research*). Data diperoleh dari berbagai sumber, baik cetak maupun digital, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel akademik, laporan resmi, dan publikasi lain yang berkaitan dengan perdagangan internasional. Seluruh data yang terkumpul dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi kegiatan ekspor produk kelapa Indonesia ke pasar internasional, khususnya oleh PT Sambu Group ke Malaysia, serta untuk merumuskan rekomendasi strategi dan kebijakan yang tepat.⁴

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kelapa di Indonesia

Kelapa dikenal sebagai “tanaman kehidupan” (*The Tree of Life*) karena seluruh bagiannya memiliki nilai guna tinggi bagi manusia. Di Indonesia, komoditas ini menjadi salah satu hasil perkebunan utama yang menopang kehidupan jutaan petani dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Sebagai negara tropis, Indonesia memiliki potensi besar dalam produksi kelapa dengan luas lahan mencapai sekitar 3,65 juta hektare dan produksi sekitar 3,05

juta ton (DitJenbun, 2014), di mana 99% diusahakan oleh petani rakyat.

Pada tahun 2022, produksi kelapa Indonesia mencapai 2,87 juta ton, dan diperkirakan meningkat menjadi 2,90 juta ton pada tahun 2023 serta 2,92 juta ton pada tahun 2026, meskipun tren jangka panjang menunjukkan penurunan rata-rata sekitar 0,03% per tahun. Provinsi Riau menjadi sentra utama produksi kelapa nasional, menyumbang 11,39% produksi kelapa dalam dan 72,38% kelapa hibrida.⁵

Menurut data BPS (2020), Riau merupakan provinsi penghasil kelapa terbesar di Indonesia dengan produksi 387,9 ribu ton, diikuti oleh Sulawesi Utara dan Jawa Timur. Luas lahan kelapa di Riau mencapai 418.270 hektare, dengan Kabupaten Indragiri Hilir sebagai daerah penghasil utama sekaligus pelopor sistem Perkebunan Inti Rakyat (PIR) untuk meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan petani.

Kelapa juga menjadi salah satu komoditas ekspor perkebunan unggulan Indonesia, menempati urutan keempat setelah kelapa sawit, karet, dan kakao. Pada kuartal III tahun 2020, ekspor kelapa nasional mencapai 1,53 juta ton senilai USD 819,26 juta, dengan negara tujuan utama seperti Amerika Serikat, Belanda, Korea Selatan, Tiongkok, Jepang, Singapura, Filipina, dan Malaysia.⁶

Gambaran Umum PT Sambu Group Sebagai Eksportir Produk Olahan Kelapa Bulat

⁵ Kanalpengetahuan.tp.ugm.ac.id “Kelapa Kekayaan Indonesia” 2017

⁶ Monavia Ayu Rizaty, Databooks.katadata.co.id, “riau provinsi penghasil kelapa terbesar

nasional” 2021

⁴ Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, “Metode Penelitian Kualitatif” Lembaga pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019

PT Pulau Sambu Unit Usaha Guntung, yang berdiri sejak tahun 1983 di Guntung, Provinsi Riau, merupakan bagian dari Sambu Group yang berfokus pada pengolahan kelapa. Sejak awal operasinya, perusahaan ini memproduksi krim santan kelapa dan kelapa parut kering, dan kini dikenal sebagai salah satu pemasok utama bahan baku kelapa untuk berbagai industri besar di sektor gula dan cokelat di Eropa, Amerika Utara, Australia, Timur Tengah, dan Tiongkok.

Produk unggulannya, santan merek Kara, telah memperoleh pengakuan luas di pasar Asia, Australia, dan Eropa. Meningkatnya popularitas kuliner Asia yang menggunakan santan sebagai bahan utama turut mendorong peningkatan permintaan global terhadap produk ini. Dalam proses produksinya, perusahaan hanya menggunakan kelapa berkualitas tinggi dan menerapkan teknologi modern, termasuk sistem pengering tiga tahap *Proctor and Schwartz* serta lini produksi *Alfa-Laval*, yang memastikan hasil produk dengan mutu terbaik.

Keberhasilan produk santan mendorong perusahaan untuk melakukan diversifikasi produk, seperti nata de coco, minyak kelapa murni (VCO) untuk industri farmasi, arang tempurung kelapa, air kelapa kemasan, hingga bubuk krim santan kering yang mulai diproduksi secara komersial sejak tahun 2001. Dalam menjaga mutu dan keamanan pangan, PT Pulau Sambu menerapkan sistem Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) dan memperoleh sertifikasi ISO 9002 dan HACCP dari SGS Singapore pada tahun 2000. Fasilitas produksi di Guntung juga dirancang mandiri, dilengkapi dengan sistem komunikasi satelit, pembangkit listrik sendiri, serta pelabuhan khusus yang dibangun tahun 1989 dengan dua derek kontainer berukuran 40 kaki yang mampu melayani kapal besar secara efisien.⁷

Sebagai bagian dari Sambu Group, yang telah berdiri sejak 1967 dan memiliki beberapa pabrik di Indonesia, perusahaan ini dikenal sebagai eksportir utama produk kelapa Indonesia dengan pasar yang mencakup Asia, Eropa, Amerika, dan Australia. Produk-produk unggulannya meliputi santan, air kelapa, minyak kelapa, kelapa parut kering, dan arang tempurung. Sambu Group juga berkomitmen pada praktik produksi berkelanjutan, pemberdayaan petani kelapa lokal, serta mempertahankan standar mutu internasional melalui berbagai sertifikasi seperti ISO, HACCP, dan organik, untuk memperkuat posisinya sebagai pemimpin industri kelapa dunia.

Perkembangan Ekspor Produk Olahan Kelapa Bulat

Sektor perkebunan memegang peranan penting dalam pembangunan pertanian di Indonesia, meliputi berbagai komoditas seperti kelapa dalam, kelapa sawit, kakao, kopi, teh, lada, dan pala. Di antara komoditas tersebut, kelapa menjadi salah satu andalan utama yang berkontribusi besar terhadap perolehan devisa negara. Pada tahun 2022, nilai ekspor kelapa Indonesia mencapai sekitar USD 1,71 miliar dengan volume ekspor 2,03 juta ton.

Selama periode 2018–2022, kinerja perdagangan kelapa menunjukkan fluktuasi, namun secara keseluruhan mengalami tren peningkatan positif. Pada tahun 2022, surplus neraca perdagangan kelapa tercatat sebesar USD 1,61 miliar, meningkat sekitar 4,50% dibanding tahun sebelumnya (Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian, 2023). Berdasarkan data terbaru, meskipun ekspor kelapa sempat mengalami penurunan pada beberapa tahun sebelumnya, tren ekspor kembali meningkat signifikan pada 2022 hingga 2023, menandakan pemulihan

⁷ Sambugroup”Profil Pt Sambu Group

dan penguatan posisi Indonesia sebagai salah satu eksportir kelapa terbesar di dunia.⁸

Perkembangan Volume Ekspor Kelapa Indonesia Tahun 2020-2023



Sumber : Pusat data dan informasi pertanian 2023

Malaysia Sebagai Negara Tujuan Ekspor Produk Olahan Kelapa Bulat

Kelapa merupakan salah satu komoditas tropis unggulan bernilai ekonomi tinggi, terutama setelah diolah menjadi berbagai produk turunan. Indonesia sebagai produsen kelapa terbesar di dunia memiliki potensi besar untuk mengekspor produk olahan seperti santan, minyak kelapa murni, air kelapa, kelapa parut, serta produk berbahan sabut kelapa. Salah satu pasar yang sangat potensial untuk produk-produk tersebut adalah Malaysia. Negara ini memiliki kebutuhan tinggi terhadap produk olahan kelapa untuk berbagai sektor, termasuk industri makanan dan minuman, kosmetik, farmasi, hingga pertanian. Meskipun Malaysia juga memproduksi kelapa, hasil produksinya belum mampu memenuhi kebutuhan domestik sehingga masih bergantung pada impor, terutama dari Indonesia.

Kondisi ini menjadi peluang besar bagi pelaku usaha Indonesia untuk memperluas pasar ekspor. Selain karena permintaan yang tinggi, kedekatan geografis

antara Indonesia dan Malaysia memberikan keuntungan dari sisi efisiensi logistik, waktu pengiriman yang singkat, dan biaya transportasi yang lebih rendah sehingga kualitas produk tetap terjaga. Hubungan diplomatik yang baik antara kedua negara juga turut memperlancar kerja sama perdagangan, termasuk dalam sektor pertanian dan pangan. Produk olahan kelapa Indonesia yang berpotensi besar menembus pasar Malaysia meliputi santan kemasan, minyak kelapa murni, air kelapa, kelapa parut kering, arang tempurung, dan produk sabut seperti cocopeat serta cocofiber.

Kualitas kelapa Indonesia, khususnya dari wilayah penghasil utama seperti Sumatera, Sulawesi, dan Kalimantan, telah diakui secara internasional karena memenuhi standar mutu global. Harga yang kompetitif serta kemampuan industri dalam menghasilkan berbagai varian produk turut memperkuat daya saingnya. Namun, untuk dapat bersaing di pasar Malaysia, pelaku ekspor perlu memperhatikan tantangan seperti regulasi impor, standar mutu, dan persaingan dari negara lain seperti Filipina dan Thailand. Fluktuasi harga komoditas dunia juga dapat memengaruhi stabilitas ekspor.

Oleh karena itu, strategi yang tepat sangat dibutuhkan, antara lain dengan memastikan kepemilikan sertifikasi mutu dan keamanan pangan seperti Halal, HACCP, dan ISO, menjalin kerja sama dengan mitra dagang di Malaysia, serta memperluas promosi melalui pameran internasional dan platform digital. Upaya inovasi produk, peningkatan kualitas, dan penguatan promosi menjadi langkah penting agar Indonesia dapat menjadikan Malaysia sebagai pasar utama ekspor produk olahan kelapa bulat. Keberhasilan strategi ini tidak hanya akan meningkatkan nilai tambah komoditas kelapa, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan

⁸ Dinas perdagangan dan Perindustrian Indragiri Hilir Riau, "Perkembangan Volume dan nilai ekspor kelapa Indragiri hilir" 2024

kerja, dan memperkuat posisi Indonesia dalam rantai pasok global industri kelapa.⁹

Peran PT Sambu Group Dalam Mendukung Ekonomi Nasional

PT Sambu Group, yang berpusat di Indragiri Hilir, Riau, memiliki peran strategis sebagai salah satu perusahaan pengolahan kelapa terbesar di Indonesia. Perusahaan ini tidak hanya menyalurkan kelapa bulat, tetapi juga memproduksi berbagai produk turunan bernilai tinggi seperti santan, minyak kelapa, dan kelapa parut. Dengan jaringan ekspor yang luas, Sambu Group menjadi aktor penting dalam memperkenalkan produk kelapa Indonesia ke pasar internasional, termasuk Malaysia sebagai mitra dagang utama.

Kontribusinya tidak hanya terbatas pada perdagangan luar negeri, tetapi juga memberikan dampak positif bagi perekonomian nasional. Melalui kegiatan ekspor, perusahaan turut meningkatkan devisa negara, memperkuat daya saing komoditas Indonesia, serta menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Keberadaan Sambu Group juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan petani kelapa di daerah penghasil, menjadikannya salah satu penggerak utama dalam memperkuat posisi Indonesia sebagai eksportir produk kelapa sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Dari aspek factor conditions, keunggulan utama PT Sambu Group terletak pada ketersediaan bahan baku kelapa yang melimpah di Indragiri Hilir, yang dikenal sebagai salah satu sentra perkebunan kelapa terbesar di Indonesia. Keunggulan ini diperkuat dengan fasilitas produksi modern, tenaga kerja terampil, serta penerapan teknologi yang memenuhi standar mutu internasional, sehingga mampu menghasilkan produk yang kompetitif di pasar global.

⁹ Lamansitu.kemendag.go.id, “Ekspor Produk Kelapa ke Malaysia” 2024

Pada demand conditions, Malaysia menjadi pasar potensial karena kebutuhan kelapa di negara tersebut sangat tinggi, terutama untuk industri makanan, minuman, dan pariwisata. Produksi lokal Malaysia yang belum mampu mencukupi kebutuhan domestik menciptakan peluang besar bagi PT Sambu Group untuk memperluas ekspor. Namun, hal ini juga menuntut perusahaan untuk terus menjaga konsistensi kualitas produk agar sesuai dengan standar dan preferensi konsumen di negara tujuan.

Sementara itu, pada aspek related and supporting industries, keberadaan sektor pendukung seperti transportasi laut, logistik, dan industri kemasan berperan penting dalam memperlancar rantai pasok perusahaan. Kolaborasi dengan berbagai mitra bisnis, baik di dalam maupun luar negeri, membantu meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat daya saing produk kelapa bulat Indonesia di pasar Malaysia.

Dalam hal firm strategy, structure, and rivalry, PT Sambu Group menerapkan strategi ekspor yang berorientasi pada pasar regional, melakukan diversifikasi produk, dan menjaga keberlanjutan pasokan. Persaingan ketat dengan negara lain seperti Thailand dan Filipina justru menjadi motivasi bagi perusahaan untuk terus berinovasi, meningkatkan kualitas, serta mempertahankan posisinya sebagai eksportir utama produk olahan kelapa bulat ke Malaysia.

Secara keseluruhan, penerapan analisis Porter's Diamond menunjukkan bahwa keberhasilan ekspor PT Sambu Group tidak hanya ditopang oleh faktor sumber daya alam, tetapi juga oleh tingginya permintaan pasar, dukungan industri pendukung, serta strategi perusahaan yang adaptif dalam menghadapi persaingan global.

Kemitraan dan Kontrak

Bangun kerja sama dengan Importir Malaysia Buat kontrak ekspor (harga,

kuantitas, Incoterms, metode pembayaran). Untuk memperlancar proses ekspor ke Malaysia, perusahaan perlu membangun kerja sama yang kuat dengan importir lokal melalui komunikasi yang intensif, negosiasi yang saling menguntungkan, serta penyusunan kontrak ekspor yang jelas dan profesional. Kontrak ekspor harus mencakup informasi penting seperti harga produk yang disepakati, kuantitas atau volume barang yang akan diekspor, Incoterms (misalnya FOB, CIF, atau EXW) yang menentukan tanggung jawab dan risiko antara eksportir dan importir, serta metode pembayaran seperti Letter of Credit (L/C), pembayaran di muka, atau pembayaran bertahap. Kontrak ini menjadi dasar hukum yang mengikat kedua belah pihak dan memastikan kelancaran serta kepastian transaksi ekspor-impor antara Indonesia dan Malaysia.

PT Sambu Group menjalin kemitraan strategis dengan para petani kelapa sebagai bagian dari komitmennya terhadap keberlanjutan dan pengembangan industri kelapa nasional. Melalui pendekatan agribisnis berkelanjutan, perusahaan tidak hanya berperan sebagai pembeli hasil panen, tetapi juga sebagai mitra pembina. Dukungan diberikan dalam bentuk pelatihan teknis budidaya kelapa (*Good Agricultural Practices*), penyediaan bibit unggul, serta pendampingan lapangan oleh tenaga agronom, dengan tujuan meningkatkan produktivitas dan menjaga kualitas hasil panen.

Kemitraan ini juga dijalankan melalui sistem pembelian langsung tanpa perantara, yang memberikan keuntungan bagi petani melalui harga yang lebih adil dan pembayaran yang transparan. Selain itu, perusahaan mendorong pembentukan koperasi atau kelompok tani mitra untuk memperkuat posisi tawar petani, memperlancar distribusi hasil panen, serta mempermudah akses terhadap modal dan

teknologi.¹⁰

Sebagai wujud komitmen terhadap pertanian berkelanjutan, PT Sambu Group turut mengimplementasikan program sertifikasi seperti Rainforest Alliance dan Fair Trade, yang menekankan praktik ramah lingkungan. Perusahaan juga berkontribusi dalam aspek sosial melalui pembangunan infrastruktur pertanian, bantuan alat produksi, serta dukungan pendidikan dan kesehatan bagi keluarga petani. Dengan pola kemitraan yang terpadu ini, PT Sambu Group tidak hanya memastikan pasokan bahan baku yang berkualitas, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan petani dan menjaga kelestarian industri kelapa nasional.

Dalam menjalankan strategi ekspor dan pengembangan industri kelapa, PT Sambu Group menjalin kemitraan erat dengan pemerintah daerah, khususnya di Kabupaten Indragiri Hilir, Riau, sebagai sentra utama produksi kelapa. Kolaborasi ini diwujudkan melalui sinergi dalam pemberdayaan petani, pembangunan infrastruktur pertanian, dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia di sektor perkebunan. Pemerintah daerah berperan sebagai fasilitator kebijakan dan penyedia regulasi, sementara PT Sambu Group bertindak sebagai pelaksana program teknis di lapangan. Kerja sama ini mencakup berbagai kegiatan, seperti pelatihan petani, penyediaan bibit unggul, serta pengembangan koperasi tani agar lebih mandiri dan berdaya saing. Pemerintah daerah juga mendukung kelancaran operasional perusahaan melalui pembangunan jalan produksi, irigasi, dan akses transportasi, yang memperkuat rantai pasok dari petani ke pabrik. Selain itu, dukungan diberikan dalam bentuk insentif dan kemudahan perizinan untuk mendorong

¹⁰ Indragiri.com, "Pj Bupati Inhul Tinjau Pulau Sambu Guntung: sinergi pemerintah dan swasta", 2025

investasi di sektor pengolahan kelapa.¹¹

Sebagai timbal balik, PT Sambu Group aktif berkontribusi dalam program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), meliputi pembangunan fasilitas pendidikan, layanan kesehatan, serta pelatihan kewirausahaan berbasis kelapa. Sinergi ini menciptakan hubungan saling menguntungkan antara perusahaan dan pemerintah daerah, sekaligus memperkuat keberlanjutan industri kelapa nasional.

Promosi Produk dan Mempererat Kerjasama dengan Importir Malaysia

Untuk memperluas pangsa pasar dan memperkuat posisinya di Malaysia, PT Sambu Group menerapkan berbagai strategi promosi dan membangun kemitraan yang solid dengan para importir di negara tersebut. Upaya promosi dilakukan melalui keikutsertaan dalam berbagai pameran dagang internasional, seperti Malaysia International Halal Showcase (MIHAS) dan Trade Expo Indonesia, serta melalui kerja sama dengan distributor lokal guna memperkenalkan produk olahan kelapa kepada konsumen Malaysia. Strategi ini diperkuat dengan pendekatan branding yang menonjolkan kualitas, keaslian, dan sertifikasi halal, yang menjadi faktor penting bagi pasar Malaysia.

Selain promosi, PT Sambu Group juga menjaga komunikasi intensif dengan importir dan distributor utama untuk memastikan rantai pasok berjalan lancar serta memenuhi permintaan pasar secara tepat waktu. Hubungan bisnis yang dibangun tidak hanya berorientasi pada transaksi, tetapi juga pada kemitraan jangka panjang yang dilandasi kepercayaan dan komitmen terhadap mutu produk.¹²

¹¹ Sambugroup.com, “PT Pulau Sambu beri dukungan nyata UMKM Inhil dan Raih Penghargaan”.

¹² M Riani, “Strategi Corporate Branding Sambu Group dalam Meningkatkan Brand Awareness

Perusahaan turut memberikan dukungan teknis kepada mitra dagang, seperti pelatihan produk, penyediaan materi promosi, dan peningkatan efisiensi distribusi. PT Sambu Group juga terbuka terhadap masukan dari mitra di Malaysia untuk melakukan inovasi, baik dari segi rasa, kemasan, maupun sertifikasi tambahan, agar lebih sesuai dengan preferensi pasar setempat. Melalui sinergi ini, perusahaan tidak hanya berhasil meningkatkan nilai ekspor, tetapi juga membangun hubungan bisnis yang stabil dan berkelanjutan dengan pelaku industri makanan dan minuman di Malaysia.

Sebagai bentuk komitmen terhadap pengembangan kerja sama bilateral, pada 20 Maret 2023, PT Sambu Group turut berpartisipasi dalam Business and Investment Forum di Kuala Lumpur yang diselenggarakan oleh DPMPTSP Riau bersama KBRI Kuala Lumpur. Dalam acara tersebut, perusahaan menyatakan dukungannya terhadap peluang investasi Malaysia dalam pengolahan sabut kelapa di Indragiri Hilir.

Strategi Pemasaran

secara konsisten mempromosikan produk kelapa Indonesia ke pasar internasional dengan menonjolkan kualitas unggulan serta praktik produksi yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Dalam memperluas jangkauan pasarnya, perusahaan memanfaatkan pendekatan digital dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial dan berbagai platform daring untuk memperkuat interaksi langsung dengan konsumen. Strategi ini menjadikan promosi lebih efektif sekaligus memperluas eksposur produk secara global.¹³

Perusahaan “, repository uin-suska.ac.id 2023

¹³ Sambu Group, “Sambu Group raih sertifikat AEO dari Direktorat jenderal bea dan cukai”
<https://sambugroup.com/index.php/id>

Dalam pelaksanaan pemasarannya, Sambu Group fokus memperkenalkan produk-produk andalan seperti santan UHT, kelapa parut kering, dan air kelapa murni. Melalui aktivitas aktif di media sosial, perusahaan meningkatkan kesadaran merek dan kedekatan emosional dengan konsumen. Selain itu, keikutsertaan dalam pameran internasional juga menjadi sarana penting untuk memperluas peluang pasar baru. Kolaborasi dengan influencer dan penyediaan sampel produk turut digunakan sebagai strategi memperkuat minat konsumen terhadap produk Sambu Group. Pendekatan promosi yang menyeluruh, berkelanjutan, dan didukung inovasi ini membuat perusahaan mampu bersaing di pasar domestik maupun internasional, bahkan menempatkan produknya sebagai salah satu yang unggul di antara para pesaing.

Pada masa pandemi COVID-19, perubahan perilaku konsumen, pembatasan aktivitas, dan ketidakpastian ekonomi menuntut perusahaan untuk beradaptasi dengan cepat. Sambu Group merespons kondisi tersebut dengan memperkuat digitalisasi pemasaran, memperluas kehadiran online melalui media sosial, situs web, dan marketplace, serta mengoptimalkan strategi SEO dan iklan digital agar mudah dijangkau konsumen. Melalui pemanfaatan platform e-commerce dan kerja sama dengan mitra logistik, perusahaan memastikan distribusi produk tetap berjalan lancar dengan sistem pembayaran digital dan pengiriman tanpa kontak.

Selain itu, komunikasi yang diterapkan lebih bersifat empatik dan transparan, menekankan keselamatan, kepercayaan, serta informasi yang jujur mengenai kebijakan perusahaan. Inovasi juga dilakukan pada produk dan layanan, seperti menghadirkan varian ramah lingkungan, kemasan higienis, dan layanan langganan rutin. Melalui kegiatan sosial dan tanggung jawab perusahaan (CSR), Sambu

Group turut berkontribusi pada masyarakat dengan mendukung tenaga medis, memberikan edukasi publik, dan membantu pemberdayaan petani lokal.

Perusahaan juga menyesuaikan model bisnisnya agar tetap relevan, misalnya dengan fleksibilitas harga, diversifikasi saluran penjualan, dan kerja sama dengan mitra distribusi lokal. Analisis perilaku konsumen dilakukan secara berkelanjutan untuk memantau tren dan menyesuaikan strategi secara cepat berdasarkan umpan balik yang diterima. Melalui adaptasi ini, Sambu Group berhasil mempertahankan daya saing dan menjaga keberlangsungan bisnis di tengah perubahan global yang dinamis.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi ekspor yang diterapkan oleh PT Sambu Group dalam mengembangkan pasar produk olahan kelapa bulat ke Malaysia. Berdasarkan hasil kajian, dapat disimpulkan bahwa perusahaan telah merancang dan melaksanakan strategi ekspor yang terencana, terintegrasi, dan sesuai dengan dinamika pasar internasional, khususnya di kawasan Asia Tenggara. Keunggulan geografis lokasi produksi di Pulau Sambu Guntung, Indragiri Hilir, menjadi faktor strategis yang mendukung efisiensi distribusi dan pengiriman produk ke negara tujuan, terutama Malaysia yang memiliki kedekatan letak dan kebutuhan pasokan kelapa yang tinggi.

PT Sambu Group merupakan perusahaan yang berhasil menerapkan teori keunggulan kompetitif dengan mengembangkan produk olahan kelapa yang berkualitas tinggi dan memiliki nilai tambah, khususnya untuk pasar ekspor seperti Malaysia dan negara-negara lainnya.

Keunggulan kompetitif PT Sambu Group tercermin dari kemampuannya dalam mengelola rantai pasok secara efisien, memanfaatkan sumber daya lokal secara

optimal, serta berinovasi dalam diversifikasi produk turunan kelapa. Selain itu, perusahaan ini juga memperoleh keuntungan kompetitif melalui komitmennya terhadap pemenuhan berbagai standar nasional dan internasional, seperti FSSC 22000, HACCP, ISO 9002, USDA Organic, hingga sertifikasi SMETA dan AEO. Dengan mengintegrasikan keunggulan produk, kepatuhan terhadap standar global, serta keberlanjutan operasional, PT Sambu Group tidak hanya mampu bersaing di pasar internasional, tetapi juga membangun reputasi sebagai produsen yang andal, etis, dan berorientasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Amanullah, M. (2021). *Kerjasama Internasional Antar Bangsa*.
- Holsti, K. (1998). *The Problem Of Change in International Relation Theory*.
- Kuncoro, M. (2020). *Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif di Era Industri 4.0*
- Luerdi. (2014). *Teori Ilmu Hubungan Internasional: Masalah tingkat analisis*.
- Malian, A. (2004). *Kebijakan Perdagangan Internasional Komoditas Pertanian Indonesia*
- Nisa, K. (2023). *Pemikiran adam smith tentang pasar bebas dalam perspektif ekonomi islam*.
- Prof.Dr.H. Mudjia Raharjo, M. (2011, Juni 10). *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*.
- Smith, A. (1776). *The wealt of nations. The Theory Of Moral Sentiments*.
- Winarmo, F. (2015). *Kelapa Pohon Kehidupan*. books.google.com.
- Amadia, H. (2024). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Volume Ekspor Kelapa Kabupaten Indragiri Hilir Riau. [repository.unja.ac.id](https://repository.unja.ac.id/id/eprint/72326). <https://repository.unja.ac.id/id/eprint/72326> (Jambi University)

Amady, M. E. (2020). Kearifan Lokal Masyarakat Desa Gambut di Provinsi Riau.

AZ Tyibnapi, L. W. (2019). Pentingnya Inovasi dan Kreatifitas Era Teknologi Digital. repository.ubaya.ac.id.

B Sayaka, S. A. (2016). Stabilitas Harga Pangan Nonberas di Malaysia.

DI Suhada, D. R. (2022). Efektivitas Para Pelaku Ekonomi dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal inovasi-ejournal.stpmataram.ac.id*.

Eliza.dkk (2010). Pengaruh Faktor Produksi Kelapa Hibrida pola plasma di kabupaten FISIP, vol 6

H Zaidi, R. S. (2016). Analisa Strategi dan Sinkronisasi CSR dengan Program Pemerintah dalam Pembangunan Kabupaten Indragiri Hilir.

Web

- BPS, K. P. (2025, April 14). Provinsi Penghasil Kelapa Terbesar 2023. <https://pusatdata.kontan.co.id/infografik/97/Provinsi-Penghasil-Kelapa-Terbesar-2023> (Pusat Data Kontan)
- Dharma, D. p. (2022, oktober 17). Liberalisme dalam Ekonomi Politik Global. From kumparan.com.
- Kompas. (2022, 01 26). Gubernur Syamsuar Riau punya 426579 hektar kebun kelapa From Egiona Kompas com.
- Lamasintu. (n.d.). Ekspor Produk Kelapa ke Malaysia.
- Megasyariah. (n.d.). edukasi tips simpanan impor. From Megasyariah:
- Riau, M.C.(n.d.). Berapa luas kebun kelapa di riau ini. From Mediacyenter,Riau.go.id: <https://mediacyenter.riau.go.id>
- Sambugroup.(n.d.).Perusahaan/tentang sambu. From sambugroup.com: <https://sambugroup.com/index.php/id>

sambugroup.com. (n.d.). PT Pulau
Sambuberi Dukungan Nyata
UMKMInhildanRaihPenghargaan.
<https://sambugroup.com/index.php/id>

Satria, K. (2015). Negara dan Petani
(Studi Kasus Pemihakan
Pemerintah Kabupaten Indragiri Hilir
Terhadap Kelapa).