

**Strategi dan Potensi Industri Coklat dengan Menggunakan  
Analisa SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)**

Eka Kusuma Dewi, Lely Suryani, Rahma Wiyanti

Dosen Dan Mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Email: [Dosen00955@unpam.ac.id](mailto:Dosen00955@unpam.ac.id)  
[lelysuryani80@yahoo.com](mailto:lelysuryani80@yahoo.com)  
[dosen01403@unpam.ac.id](mailto:dosen01403@unpam.ac.id)

**Abstrak**

Coklat telah lama menjadi favorit di kalangan pecinta kuliner di seluruh dunia. Rasanya yang lezat dan variasi produknya yang tak terbatas menjadikan coklat sebagai produk yang diminati baik sebagai camilan sehari-hari maupun hadiah istimewa untuk berbagai acara. Dibalik kesederhanaannya, bisnis coklat memiliki potensi besar, namun juga menghadapi tantangan tersendiri. Sebagai perencanaan, kita menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats) yang merupakan metode yang sangat penting untuk mengevaluasi potensi bisnis. Mari kita mulai dengan melihat kekuatan dalam peluang usaha bisnis coklat.

Kekuatan bisnis coklat yang paling signifikan adalah daya tariknya pada masyarakat luas. Manis, lezat, dan serbaguna, coklat adalah produk yang hampir semua orang sukai. Selain itu, coklat juga memiliki efek menggoda yang mempengaruhi perasaan kita, sehingga menjadi pilihan yang populer ketika orang mencari hadiah atau sedang mencari kenyamanan. Selain itu, Indonesia adalah salah satu penghasil kakao terbesar di dunia. Terletak di wilayah iklim tropis, kondisi ini menjadikan Indonesia tempat tumbuh ideal untuk pohon kakao. Namun tidak sedikit usaha bisnis coklat yang tidak dapat bertahan, karena mereka tidak mampu mengatasi kelemahan dan ancaman dari bisnis coklat ini. Dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini diharapkan bisa memberikan gambaran akan kondisi bisnis coklat dilihat dari analisis SWOT tersebut dengan membeberkan kelemahan dan ancaman dan cara mengatasinya.

**Kata Kunci :** *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*

**Abstract**

*Chocolate has long been a favorite among culinary enthusiasts worldwide. Its delicious taste and limitless product variations make chocolate a popular choice both as an everyday snack and a special gift for various occasions. Behind its simplicity, the chocolate business holds great potential but also faces its own set of challenges. For planning purposes, we use SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats), which is an essential method for evaluating business potential. Let's start by looking at the strengths in the chocolate business opportunities.*

*The most significant strength of the chocolate business is its widespread appeal. Sweet, delicious, and versatile, chocolate is a product that almost everyone loves. Moreover, chocolate has a tempting effect that influences our emotions, making it a popular choice when people are*

*looking for gifts or seeking comfort. Additionally, Indonesia is one of the largest cocoa producers in the world. Situated in a tropical climate zone, this makes Indonesia an ideal place for cocoa trees to grow. However, many chocolate businesses fail to survive because they cannot overcome the weaknesses and threats in the chocolate business. From this community service activity, it is expected to provide an overview of the chocolate business condition from the perspective of SWOT analysis by revealing the weaknesses and threats and how to address them.*

**Keywords :** *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*

## Pendahuluan

SWOT adalah akronim dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT adalah sebuah cara, alat dan metode sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan menggambarkan situasi yang sedang atau mungkin akan dihadapi oleh organisasi atau perusahaan yang digunakan sebagai perencanaan strategis dalam memaksimalkan faktor dari dalam (internal), yaitu kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) serta secara bersamaan dapat meminimalkan faktor dari luar (eksternal), yaitu kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisa ini secara logis dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan sehingga dapat digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan, sebagai proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi. Analisis SWOT terdiri atas empat komponen dasar, yaitu: 1) *Strengths* (S) adalah situasi atau kondisi kekuatan organisasi atau program pada saat ini, 2) *weaknesses* (W) adalah situasi atau kondisi kelemahan dari organisasi atau program pada saat ini, 3) *opportunities* (O) adalah situasi atau kondisi peluang yang berasal dari luar organisasi, dan 4) *threats* (T) adalah situasi ancaman bagi organisasi yang datang dari luar organisasi dan dapat mengancam eksistensi organisasi pada masa depan. Penerapan SWOT pada perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT dapat dijadikan sebagai

perbandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Tujuan lain diperlakukannya analisis SWOT adalah dimana setiap produk yang ditawarkan pasti akan mengalami pasang surut atau yang lebih dikenal dengan istilah daur hidup produk (*life cycle product*). Adapun manfaat atau kegunaan analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Mampu memberikan gambaran suatu organisasi dari empat sudut dimensi, yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Sehingga pengambil keputusan dapat melihat dari empat dimensi ini secara lebih komprehensif.
2. Dapat dijadikan sebagai rujukan pembuatan rencana keputusan jangka panjang.
3. Mampu memberikan pemahaman kepada para stakeholders yang berkeinginan menaruh simpati bahkan bergabung dengan perusahaan dalam suatu ikatan kerja sama yang saling menguntungkan.
4. Dapat dijadikan penilai secara rutin dalam melihat *progress report* dari setiap keputusan yang telah dibuat selama ini.

Adapun PKM kami kali ini dilakukan dengan Collins Ltd yang bergerak di bidang trade company yang tertarik untuk melakukan bisnis *cocoa powder* di negaranya yaitu di Johannesburg, Afrika Selatan. Hal inidilatar belakang kesepakatan antara afrika selatan dan Pemerintah

Indonesia untuk mengidentifikasi potensi dan peluang kerja sama bidang ekonomi. Kedua negara juga sepakat dalam upaya meningkatkan hubungan perdagangan maupun investasi. Kesepakatan terkait identifikasi tersebut muncul setelah kedua negara melakukan *Joint Trade Commit* (JTC). Salah satu poin yang akan diidentifikasi oleh kedua negara adalah tingkat kecocokan struktur ekspor impor antara Indonesia dengan Afrika Selatan dan sebaliknya. Produk ekspor Indonesia ke Afrika Selatan yaitu seperti kelapa sawit, karet, otomotif produk, bahan kimia, sepatu, dan kakao. Sementara itu, produk impor Indonesia dari Afrika Selatan adalah bubuk kayu, aluminium, buah-buahan, dan tembaga.

Universitas Pamulang, dimana salah satu dosennya sebagai CEO Samudra alfath group yang berdiri pada tanggal 8 april 2019 telah memproduksi dan sekaligus trader dibidang bahan baku cocoa powder, cocoa butter serta coklat yang siap untuk dimakan dengan menggunakan biji kakao terbaik dari beberapa daerah di Indonesia. Melalui merk dagang "BSA (brand khusus cocoa powder) "L" dan Do It" (coklat paraline) dimana coklat ini ingin meningkatkan kondisi ekonomi para petani kakao dan menciptakan lapangan pekerjaan untuk mahasiswa yang belum bekerja serta melatih mahasiswa untuk mengimplementasikan ilmu yang mereka dapatkan di ruang kuliah agar dapat di praktekan langsung di tengah masyarakat. Mahasiswa dapat belajar mengimplementasikan ilmu pemasaran dengan mempromosikan brand dan produknya kepada konsumen, bagaimana menetapkan harga, menarik pelanggan, negosiasi, pencatatan keuangan hingga belajar tentang mesin dan produksi. Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kali ini kami dosen pamulang sekaligus praktisi ingin melakukan sharing kepada Collins Ltd tentang hal apa saja yang perlu diperhatikan bila ingin bekerja sama dalam bisnis cocoa powder dan turunannya. Point dalam Pengabdian kepada Masyarakat ini lebih ditekankan kepada analisa SWOT

(strengths, weaknesses, opportunities dan threats) yang dimiliki CV. Samudra Alfath beserta produknya.

Adapun poin poin *strengths, weaknesses, opportunities* dan *threats* yang bisa diambil untuk bisnis coklat adalah sebagai berikut;

#### **Kekuatan (*Strengths*)**

Musim tidak mempengaruhi. Berbeda dengan beberapa jenis bisnis yang sangat dipengaruhi oleh musim atau tren, coklat adalah produk yang bisa dijual sepanjang tahun tanpa terlalu banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut.

Kemampuan untuk menghasilkan produk inovatif. Coklat memiliki banyak variasi rasa dan modifikasi sehingga tidak bosan untuk di nikmati. Selain itu bisa di inovasikan agar selaras dengan tren makanan saat ini. Selain rasanya yang enak, secara visual coklat dapat di presentasikan dengan indah dan menarik

Kepemilikan sumber daya alam seperti kebun coklat sendiri. Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kakao besar di dunia. Dengan memiliki iklim yang tropis, Indonesia menjadi tempat tumbuh idela untuk pohon kakao.

Harga jual coklat relatif terjangkau, karena bisa memperoleh sumber daya kakao dari dalam negeri.

#### **Kelemahan (*Weaknesses*)**

Keterbatasan kapasitas produksi. Menurut [Indonesia Investments](#) menyatakan bahwa 90% produksi kakao Indonesia merupakan hasil produksi para petani yang memang memiliki kekurangan secara finansial dan memiliki peralatan yang serba terbatas. Ditambah lagi, sebagian besar tanaman kakao di Indonesia telah mengalami penuaan yang menyulitkan proses reproduksi kakao secara alami. Hal tersebut menyebabkan proses pemeliharaan tanaman kakao menjadi kurang maksimal sehingga rentan akan kerusakan oleh berbagai faktor.

Biaya produksi yang tinggi. Produksi coklat dapat memerlukan biaya

produksi yang cukup tinggi, terutama jika menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi. Ini bisa menjadi hambatan bagi mereka yang ingin memulai usaha coklat dengan modal terbatas.

Kurangnya keahlian dalam pemasaran dan promosi. Coklat Indonesia walaupun sudah ada beberapa yang berhasil menjual produknya keluar negeri, namun masih banyak pula yang tidak dikenal oleh masyarakat luas, kalah dengan promosi coklat dari luar negeri. Diperlukan upaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat akan manfaat dan kelezatan coklat dalam rangka memperkuat pasar lokal.

Biji coklat yang merupakan bahan baku utama dalam proses produksi perusahaan memiliki kendala dalam hal pengadaannya. Hal tersebut disebabkan para produsen coklat lebih tertarik untuk mengekspor biji coklat karena harganya yang jauh lebih tinggi dari pada menjualnya pada para pengusaha pengolahan coklat dalam negeri.

Kendala yang dihadapi oleh industri coklat adalah pengenaan PPN sebesar 10 persen untuk pembelian bahan baku biji coklat. Dampak dari pengenaan PPN yang dianggap terlalu tinggi sangat memberatkan para pelaku bisnis yang bergerak dalam industri coklat. Hal tersebut dapat mengakibatkan industri pengolahan coklat di dalam negeri mengalami kesulitan untuk memperoleh bahan baku biji coklat karena harus bersaing dengan para eksportir.

Kurangnya variasi produk. Variasi produk yang itu itu saja membuat konsumen merasa bosan dan tidak mau lagi mengkonsumsi coklat tersebut

### **Peluang (*Opportunities*)**

Peningkatan minat masyarakat terhadap makanan sehat. Tak hanya nikmat dan lezat, nyatanya coklat juga merupakan salah satu makanan sehat yang bermanfaat bila dikonsumsi. Sebab, kandungan utama coklat adalah kakao yang memiliki zat flavanol, zat flavanol dalam coklat

diketahui mengandung antioksidan yang mampu mengurangi kerusakan sel.

Pasar coklat yang berkembang. Salah satu peluang besar yang dapat kita manfaatkan adalah pasar ekspor yang luas. Permintaan akan coklat kualitas premium semakin meningkat di berbagai negara, terutama di Asia dan Eropa. Kita harus menjadikan peluang ini sebagai motivasi untuk meningkatkan kualitas coklat Indonesia agar dapat bersaing di pasar global. Dengan pengembangan teknologi produksi dan upaya pemasaran yang tepat, Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pemain kunci dalam industri coklat dunia.

bisnis coklat bisa memberikan keuntungan karena banyak orang yang menyukai coklat dengan berbagai varian yang tersedia.

Pada momen-momen tertentu, angka permintaan coklat bahkan bisa meningkat tajam. Misalnya, menyambut beberapa hari-hari besar. Biasanya, coklat menjadi makanan yang dipilih untuk disajikan ke tamu-tamu yang hadir.

Kolaborasi dengan petani lokal untuk mendapatkan bahan baku yang berkualitas

Penggunaan teknologi dalam proses produksi coklat untuk mendapatkan coklat premium yang berkualitas tinggi

Pertumbuhan industri turunan seperti industri kue dan minuman coklat. Coklat sangat mudah di padu padankan menjadi ber macam macam varians makanan dan minuman. Sehingga sangat sesuai dengan industri makanan minuman yang sekarang ini sedang sangat digemari.

Ketua Umum Asosiasi Industri Kakao Indonesia (AIKI) Piter Jasman menyatakan bahwa pada tahun 2012 produksi kakao nasional mencapai 500 ribu ton sebesar 80 persen atau sekitar 400 ribu ton dan akan diolah menjadi produk olahan bubuk kakao (powder) yang kemudian masuk ke pasar ekspor negara – negara tujuan utama ekspor olahan kakao Indonesia termasuk China. Bubuk kakao sendiri dihasilkan melalui

proses pemisahan lemak dari biji coklat, setelah dipisahkan bagian ampasnya kemudian dikeringkan dan ditumbuk halus sampai berbentuk tepung coklat. Berdasarkan AIKI (asosiasi industri kakao Indonesia) biasanya bubuk kakao dijadikan sebagai bahan baku utama untuk pembuatan produk olahan makanan yang sangat disukai masyarakat seperti coklat. Besarnya impor bubuk kakao yang dilakukan oleh China menggambarkan besarnya konsumsi yang dilakukan oleh masyarakatnya karena berdasarkan sensus internal China pada bulan Agustus 2021 populasi penduduk China mencapai 1.412.150.000 jiwa sehingga dengan jumlah penduduk sebesar itu maka konsumsi akan produk coklat juga akan semakin besar. Berdasarkan data yang diperoleh dari trade statistic for international business development bahwa konsumsi akan berbagai produk makanan coklat seperti produk coklat dengan kode HS 180620 (cokelat dalam bentuk balok, lembaran atau batangan kemasan) selalu mengalami peningkatan seiring bertambahnya populasi penduduk china. Pada tahun 2015 konsumsi mencapai 45,071 us dollar thousand kemudian meningkat pada tahun 2016 sebesar 8,9 persen kemudian meningkat lagi pada tahun 2017 dan 2018 sebesar 25 persen dan pada tahun 2019 konsumsi mencapai 64,158 us dollar thousand atau meningkat sebesar 3 persen dari tahun sebelumnya. Data tersebut menjelaskan bagaimana perkembangan konsumsi yang dilakukan masyarakat China terhadap produk bahan olahan yang bahan bakunya adalah bubuk kakao (*cocoa powder*).

#### **Ancaman (*Threats*)**

#### **METODE PELAKSANAAN**

Berbagai bentuk perencanaan kegiatan yang dilaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini adalah sebagai berikut:

1. Persiapan kegiatan yang dilaksanakan oleh tim pengabdian untuk merencanakan

Persaingan yang ketat dengan produsen coklat lainnya. Karena ini adalah pasar yang menjanjikan, tentu akan banyak pesaing di pasaran dengan produk yang serupa

Kenaikan harga bahan baku coklat

Perubahan regulasi atau kebijakan pemerintah terutama yang berhubungan dengan impor dan ekspor

Ancaman produk substitusi seperti permen dan snack lainnya

#### **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan paparan sebelumnya dapat terlihat potensi dari industri coklat ini memiliki Strengths (kekuatan) dan Opportunities (peluang) yang tinggi untuk bisnis kedepan nya, baik untuk pasar dalam negeri dan pasar luar negeri. Setelah memaparkan analisa SWOT yaitu Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman) tentang usaha bisnis coklat. Maka rumusan masalahnya adalah

1. Bagaimana mengatasi Weakness?
2. Bagaimana mengatasi Treats?

#### **TUJUAN KEGIATAN**

1. Menambah pengetahuan terhadap pengaplikasian SWOT terhadap suatu bisnis.
2. Pemahaman Analisa SWOT untuk melihat apa saja yang menjadi factor-faktor internal yang dimiliki perusahaan seperti faktor kekuatan dan kelemahan sekaligus eksternal perusahaan

kegiatan yang mencakup waktu, materi dan teknis pelaksanaan kegiatan.

2. Konfirmasi dengan Collins Ltd pada tanggal 25 Maret 2024 melalui Atase Perdagangan (ATDAG), KBRI Johannesburg , Afrika Selatan.

3. Tanggal 25 sampai dengan tanggal 27 April melalui aplikasi Zoom untuk mempermudah komunikasi akan dimulai sesi Sharing/pengarahan mengenai mengenal potensi bisnis coklat dengan menggunakan analisa SWOT yaitu Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman)

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini yang diberikan adalah dalam bentuk Sharing session atau ceramah mengenai mengenal potensi bisnis coklat dengan menggunakan analisa SWOT yaitu *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) adalah sebagai berikut. Berikut ini tahapan pelaksanaan untuk melaksanakan program pengabdian masyarakat

1. Perencanaan Agar program ini berjalan secara maksimal, maka diperlukan perencanaan secara tepat, di antaranya: Menyusun proposal program pengabdian masyarakat.

Mempersiapkan data data dan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tema pada pengabdian kepada masyarakat kali ini, yaitu mengenal potensi bisnis coklat dengan menggunakan analisa SWOT yaitu *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman).

Mengamati pentingnya mengadakan program pengabdian kepada masyarakat kali ini karena mereka membutuhkan bantuan nya mengenai pengenalan potensi bisnis coklat dengan menggunakan analisa SWOT yaitu *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman).

Menyusun waktu pelaksanaan kegiatan.

Mempersiapkan peralatan dan perlengkapan dalam implementasi Pengabdian Kepada Masyarakat

Mempersiapkan tim pelaksana untuk melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Mempersiapkan tim pelaksana untuk melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

2. Pelaksanaan Bekerjasama dengan Collins Ltd dari afrika selatan untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Menjelaskan bagaimana bisnis coklat di Indonesia secara umum dan bisnis coklat "do it" selama ini dijalankan dan terus bertahan dan berkembang
3. Evaluasi. Evaluasi dalam kegiatan ini untuk mengetahui seberapa besar keberhasilan dari kegiatan pengabdian ini.

Evaluasi dilakukan pada saat proses sharing session dan ceramah berlangsung dan diakhiri dengan tanya jawab dengan peserta. Pendekatan yang digunakan dalam mencapai tujuan adalah pendekatan participatory training, yaitu pendekatan yang menekankan pada partisipasi penuh dari mitra dan pendampingan dalam mencapai tujuan. Pendekatan participatory training dilakukan melalui beberapa langkah pembelajaran dalam bentuk pelatihan dan pendampingan. Kami akan membekali mereka dalam dua hari presentasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dari pengabdian masyarakat kali ini, maka Kelemahan (Weakness) dan Ancaman (Threats) dapat memberikan informasi sebagai berikut

### Kelemahan (*Weaknesses*)

1. Keterbatasan kapasitas produksi Menurut hukum penawaran, salah satu faktor yang menyebabkan perubahan kuantitas penawaran suatu barang adalah harga barang lain dan berkaitan erat, artinya apabila harga biji kakao internasional meningkat maka produsen kakao akan lebih memilih meningkatkan penjualan biji kakaonya ke luar negeri dari pada mengolah biji kakao menjadi bubuk kakao dengan asumsi biaya yang ditimbulkan akan lebih besar untuk membayar faktor produksi cocoa powder sehingga membuat kauntitas biji kakao

untuk diolah menjadi cocoa powder akan lebih sedikit sehingga berdampak pada volume ekspor cocoa powder (Sariguna, 2018). Jika semakin meningkatnya aktivitas perdagangan yang di proksikan oleh indeks produksi industri maka akan berpengaruh secara positif terhadap ekspor cocoa powder Indonesia. Jika terjadi peningkatan indeks produksi industri maka akan berdampak pada peningkatan ekspor cocoa powder Indonesia dan begitu juga sebaliknya (Tessy, 2019). Dengan apresiasi rupiah terhadap dolar AS, harga kakao bubuk di Indonesia

Perdagangan internasional merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat suatu negara. Munculnya perekonomian dalam dan luar negeri menciptakan saling ketergantungan antar negara. Salah satunya adalah pertukaran barang dan jasa antar negara. Konsep perdagangan internasional muncul dalam konteks filsafat ekonomi yang disebut merkantilisme pada abad ke-17 dan ke-18. Menurut teori bahwa satusatunya cara agar suatu negara menjadi kaya dan berkuasa adalah dengan mengekspor sebanyak mungkin dan mengimpor sesedikit mungkin (Salvatore, 2013). Permintaan ekspor suatu komoditas adalah hubungan menyeluruh antara jumlah komoditas yang dibeli konsumen pada tingkat harga tertentu dalam periode waktu tertentu (Lipse, 1995). Semakin tinggi tingkat harga kesepakatan perdagangan, semakin rendah permintaan komoditas tersebut. Pengertian permintaan sendiri mengacu pada kebutuhan masyarakat atau individu yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain harga komoditi itu sendiri, harga komoditi lain, pendapatan konsumen, tingkat preferensi, jumlah penduduk, dan proyeksi masa depan. Budiarto (2007:147) menyatakan bahwa harga adalah nilai tukar manfaat suatu barang bagi konsumen dan produsen dan dinyatakan dalam satuan mata uang seperti rupiah. Dalam bisnis, karena harga ditentukan oleh produsen, dapat disimpulkan bahwa harga adalah jumlah

akan meningkat, sehingga harga dalam negeri akan dianggap lebih tinggi daripada harga kakao bubuk di luar negeri, yang akan mengurangi ekspor kakao bubuk di Indonesia. Sebaliknya, ketika nilai tukar rupiah terhadap dolar AS terdepresiasi, harga kakao bubuk Indonesia menjadi lebih murah, dan banyak negara lain membeli dan mengekspor bubuk kakao lebih banyak (Sukirno, 2010).

## 2. Biaya produksi yang tinggi.

yang harus dibayar pembeli kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa, dan jumlah yang diberikan sesuai dengan nilai barang. Kristanto (2011:200) menyatakan bahwa harga memiliki tiga fungsi utama. Yaitu menentukan volume penjualan, menentukan tingkat keuntungan, dan menentukan image atau citra produk.

## 3. Produktivitas lahan

Perkembangan kakao di hilir atau pengolahan dan pemasaran dinilai sudah cukup bagus. Berbanding terbalik dengan pemenuhan bahan bakunya. Hulu atau mula tempat produksi cokelat harus ikut berkembang demi pemenuhan bahan baku cokelat. "Melihat dari sisi tanaman kebun kita, sebagian besar kurang lebih 20-30 persen sudah termasuk kategori tanaman tua, rusak, dan tidakproduktif,"

## 4. Tata kelola budidaya

Belum optimal Selanjutnya, penanganan pascapanen kakao Indonesia juga masih belum optimal sehingga berdampak pada rendahnya angka produksi. Hal ini tentu berkaitan dengan harga jual biji kakao yang masih jauh dari harapan para petani.

## 5. Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM)

SDM Indonesia yang berkaitan dengan kakao juga masih terbatas. Baik itu petani maupun tenaga pendampingnya. Selain jumlah, pemahaman akan keterampilan mengelola kebun yang tepat juga belummendukung.

## 6. Rantai pemasaran yang panjang

Selesai diproduksi petani, kakao masih harus melewati rantai pemasaran yang panjang dan belum merata, di ketahui, industri pengolahan berada di area Jawa dan sekitarnya. Namun demikian, kalau melihat dari sentra produksi kakao kita, berada dari ujung barat Aceh hingga ujung timur di Papua yang sangat jauh dari rantai pasok industri,"

### Ancaman (Threats)

1. Persaingan yang ketat dengan produsen coklat lainnya.  
Dibutuhkan kreasi dan pintar mengetahui tren yang sedang berlangsung saat ini agar dapat bersaing dengan produsen coklat lainnya. Kita harus bisa menyuguhkan sesuatu yang brilian, unik dan menarik. Jadi kalau memang tertarik terjun ke dunia bisnis bidang ini harus mempersiapkannya dengan baik agar bisa bertahan menghadapi persaingannya.
2. Kenaikan harga bahan baku coklat  
Dibutuhkan banyak melakukan komunikasi dengan para petani coklat untuk mendapatkan win win solution tentang harga coklat yang saling menguntungkan kedua belah pihak
3. Ancaman produk substitusi seperti permen dan snack lainnya  
Dibutuhkan marketing yang bagus dalam memasarkan coklat dengan keunggulan keunggulannya baik dalam segi rasa juga manfaat bagi kesehatan. Coklat sering kali menawarkan rasa yang lezat dan memikat, yang dapat menjadi kekuatan dalam menarik pelanggan. Keberagaman produk: Industri coklat menawarkan berbagai jenis produk, termasuk coklat susu, coklat hitam, coklat putih, dan berbagai varian rasa. Keberagaman ini dapat menarik berbagai segmen pasar. Peluang ada dalam pengembangan produk coklat yang inovatif, seperti coklat organik, coklat fungsional (misalnya, coklat rendah gula atau coklat dengan kandungan antioksidan tinggi), atau kolaborasi dengan merek-merek terkenal untuk menciptakan produk-produk baru.

Collins Ltd sangat tertarik dengan bisnis coklat ini, terkait dengan kerjasama antar negara Indonesia dan Afrika Selatan yang sudah dibahas sebelumnya. Dan juga karena ada kebijakan penurunan tariff atau nontarif untuk produk dan komoditi unggulan antara Indonesia dan Afrika Selatan

### KESIMPULAN

Collins Ltd sangat tertarik dengan bisnis coklat ini, terkait dengan kerjasama antar negara Indonesia dan Afrika Selatan yang sudah dibahas sebelumnya. Dan juga karena ada kebijakan penurunan tarif atau nontarif untuk produk dan komoditi unggulan antara Indonesia dan Afrika Selatan

### Saran

Kegiatan pengabdian seperti ini dapat dilakukan secara rutin baik di lokasi yang sama maupun di lokasi dengan memberikan pemahaman lain,

### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku pelaksana kegiatan PKM mengucapkan terima kasih kepada Collins Ltd telah memberikan kesempatan tim PKM untuk melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat dan berikut para tim PKM

### DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, Teguh, & Fandy Ciptono. 2007. Pemasaran Internasional. Cetakan Kedua. Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta
- Fauzi, Aulia Adzkia dkk (2019). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Cokelat di Taman Teknologi Pertanian Nglangeran Gunungkidul. Universitas Gadjah Mada. (Skripsi S1 Teknologi Industri Pertanian)
- Gilda (2023) Analisis SWOT Minuman Coklat: Menyajikan Kesempurnaan dalam Secangkir Nikmat.



[https://perpusteknik.com/analisis-swot-minuman-coklat/#google\\_vignette](https://perpusteknik.com/analisis-swot-minuman-coklat/#google_vignette)

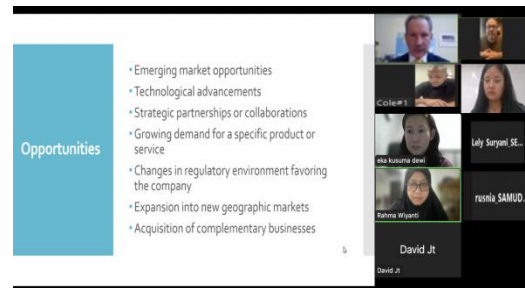
Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Momprenneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.

Salvatore, D. (2013). *Internasional Economics 11 th editions*. Hoboken: Wiley.

Sariguna, P. J. (2018). Modul Ekonomi Mikro PASAR. In F. E. Indonesia, Modul Ekonomi Mikro PASAR (p. 13). Jakarta Timur: Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia.

Sukirno, S. (2010). Pengantar Makroekonomi Jakarta: Rajawali Press.

Tessy, D. P. (2019). Pengaruh Volatilitas Nilai Tukar terhadap Kinerja Ekspor: Studi Kasus Indonesia scholar unand, 127.



## Dokumenntasi Kegiatan

