

TESIS

STRATEGI PENJUALAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI EKSPOR PUPUK UREA
PT PUPUK SRIWIDJAJA PALEMBANG

*SALES STRATEGY AND FACTORS AFFECTING UREA
FERTILIZER EXPORTS AT
PT PUPUK SRIWIDJAJA PALEMBANG*



LENI MISNASARI

05022682327009

PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2025

TESIS

**STRATEGI PENJUALAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI EKSPOR PUPUK UREA
PT PUPUK SRIWIDJAJA PALEMBANG**

***SALES STRATEGY AND FACTORS AFFECTING UREA
FERTILIZER EXPORTS AT
PT PUPUK SRIWIDJAJA PALEMBANG***



**LENI MISNASARI
05022682327009**

**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

SUMMARY

Leni Misnasari. *Sales Strategy And Factors Affecting Urea Fertilizer Exports At PT Pupuk Sriwidjaja Palembang* (Supervised by **Sriati** and **Lifianthi**).

PT Pusri Palembang exports urea fertilizer to various countries in Southeast Asia, namely Vietnam, Thailand, the Philippines, Malaysia and also countries outside Southeast Asia, namely Australia, Chile, Peru, the United States, Taiwan, the United Kingdom and various other countries with a fairly low volume compared to the demand and consumption of urea worldwide. The objectives of this study are (1) To analyze the internal and external environment that affects the sales of PT Pusri Palembang's Urea Fertilizer Export. (2) To formulate and explain strategies that can be used by PT Pusri Palembang in the export sale of urea fertilizer. (3) To analyze the factors that affect the sales performance of commercial urea fertilizer sales carried out through export activities at PT Pusri Palembang. This research was conducted at PT Pusri Palembang in November 2024 – March 2025. The research method used is a case study using secondary data on urea fertilizer exports. The sample withdrawal method used is purposive sampling by determining data taken from 2005-2023 obtained directly from PT Pusri Palembang. The analysis used in this study is external and internal environmental analysis, STV Triangle and SWOT analysis as well as multiple linear regression analysis. The results of this study are (1) PT Pusri Palembang has a number of supporting internal environmental factors, namely exporting to reach the international market and expanding the customer base and has a large production capacity. (2) PT Pusri Palembang implements STV-Triangle, namely Strategy (targeting, segmenting and positioning), tactics (Differentiation, Marketing Mix and Selling) and Value (Brand, Service and Process) in various sectors. The results of the SWOT analysis show that PT Pusri Palembang is in quadrant IV, which means that this company is in a Growth and Build position. This position shows that the company has quite solid strength and there are also opportunities in the market that can be exploited. And based on the Cartesian diagram that PT Pusri Palembang is in quadrant I is an aggressive growth strategy (Growth-Oriented Strategy). (3) The factor that has a significant effect on the export volume of urea fertilizer of PT Pusri Palembang is the production of urea fertilizer of PT Pusri Palembang which has a positive influence.

Keywords: Determination, export, urea fertilizer, STV-Triangle

RINGKASAN

Leni Misnasari. Strategi Penjualan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Pupuk Urea PT Pupuk Sriwidjaja Palembang (Dibimbing oleh **Sriati** dan **Lifianthi**).

PT Pusri Palembang melakukan ekspor pupuk urea ke berbagai negara di Asia Tenggara yaitu Vietnam, Thailand, Filipina, Malaysia dan juga negara diluar Asia Tenggara yaitu Australia, Chili, Peru, Amerika Serikat, Taiwan, Inggris dan berbagai negara lainnya dengan volume yang cukup rendah dibandingkan kebutuhan dan konsumsi urea secara dunia. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi penjualan Ekspor Pupuk Urea PT Pusri Palembang. (2) Untuk merumuskan dan menjelaskan strategi yang dapat digunakan oleh PT Pusri Palembang dalam penjualan ekspor pupuk urea. (3) Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan pupuk urea komersil yang dilakukan melalui kegiatan ekspor pada PT Pusri Palembang.. Penelitian ini dilakukan di PT Pusri Palembang pada Bulan November 2024 – Maret 2025. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus menggunakan data sekunder ekspor pupuk urea. Metode penarikan sampel yang digunakan *purposive sampling* dengan menentukan data yang diambil dari tahun 2005-2023 yang diperoleh langsung dari PT Pusri Palembang. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis lingkungan eksternal dan internal, *STV Triangle* dan analisis SWOT serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah (1) PT Pusri Palembang memiliki sejumlah faktor lingkungan internal yang mendukung yaitu melakukan ekspor untuk menjangkau pasar internasional dan memperluas basis pelanggan dan memiliki kapasitas produksi yang cukup besar. (2) PT Pusri Palembang menerapkan *STV-Triangle* yaitu *Strategy (targeting, segmenting dan positioning)*, *tactic (Differentiation, Marketing Mix dan Selling)* dan *Value (Brand, Service dan Process)* pada berbagai sektor. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa PT Pusri Palembang berada di kuadran IV, yang berarti perusahaan ini berada dalam posisi *Growth and Build*. Posisi ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan yang cukup solid dan juga ada peluang di pasar yang bisa dimanfaatkan. Dan berdasarkan diagram kartesius bahwa PT Pusri Palembang berada di kuadran I adalah strategi pertumbuhan yang agresif (*Growth-Oriented Strategy*). (3) Faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap volume ekspor pupuk urea PT Pusri Palembang adalah produksi pupuk urea PT Pusri Palembang yang memiliki pengaruh positif.

Kata kunci: Determinasi, ekspor, pupuk urea, *STV-Triangle*

TESIS

**STRATEGI PENJUALAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI EKSPOR PUPUK UREA
PT PUPUK SRIWIDJAJA PALEMBANG**

Diajukan Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar
Magister Sains (M.Si) pada Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya



Leni Misnasari
05022682327009

**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PENJUALAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI EKSPOR PUPUK UREA
PT PUPUK SRIWIDJAJA PALEMBANG

TESIS

Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar
Magister Sains (M.Si) pada Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya

Oleh:
Leni Misnasari
05022682327009

Pembimbing I



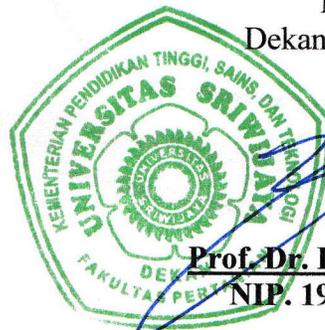
Prof. Dr. Ir. Sriati, M.S.
NIP. 195907281984122001

Palembang, Juli 2025
Mengetahui
Pembimbing II



Dr. Ir. Lifianthi, M.Si.
NIP. 196806141994012001

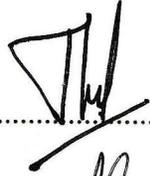
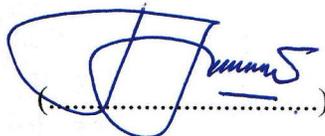
Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian



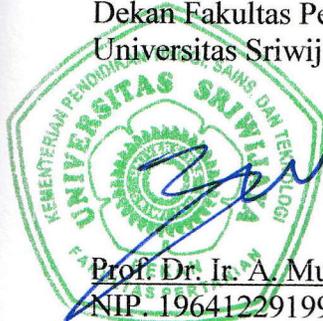
Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M. Agr.
NIP. 196412291990011001

Tesis dengan judul “Strategi Penjualan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Pupuk Urea PT Pupuk Sriwidjaja Palembang” oleh Leni Misnasari telah dipertahankan di hadapan komisi penguji tesis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 11 Juni 2025 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

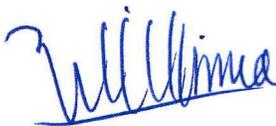
Komisi Penguji

- | | | |
|---|-----------------|--|
| 1. Prof. Dr. Ir. Sriati, M.S.
NIP. 195907281984122001 | Pembimbing 1 | () |
| 2. Dr. Ir. Lifianthi, M.Si.
NIP. 196806141994012001 | Pembimbing 2 | () |
| 3. Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.SC.
NIP. 196012021986031003 | Ketua Penguji | () |
| 4. Dr. Ir. Maryadi, M.Si.
NIP. 196501021992031001 | Anggota Penguji | () |

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya


Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M. Agr.
NIP. 196412291990011001

Palembang, Juli 2025
Plt. Koordinator
Program Studi Magister Agribisnis


Prof. Ir. Filli Pratama, M.Sc. (Hons), Ph.D.
NIP. 196606301992032002

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Leni Misnasari

NIM : 05022682327009

Judul : Strategi Penjualan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Ekspor Pupuk Urea PT Pupuk Sriwidjaja Palembang

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam tesis ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya dan bukan hasil penjiplakan/plagiat. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam tesis ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dan tekanan dari pihak manapun.



Palembang, Juli 2025
Yang membuat pernyataan



Leni Misnasari

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Leni Misnasari

NIM : 05022682327009

Judul : Strategi Penjualan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Ekspor Pupuk Urea PT Pupuk Sriwidjaja Palembang

Memberikan izin kepada Pembimbing dan Universitas Sriwijaya untuk mempublikasikan hasil penelitian saya untuk kepentingan akademik. Apabila dalam 1 (satu) tahun tidak di publikasikan karya penelitian saya, maka dalam kasus ini saya setuju untuk menempatkan pembimbing selaku penulis korespondensi.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dan tekanan dari pihak manapun.

Palembang, Juli 2025
Yang membuat pernyataan,



Leni Misnasari

RIWAYAT HIDUP

Penulis adalah anak ketiga dari empat bersaudara, merupakan anak dari pasangan suami istri Bapak alm. Amri Ibrahim dan Ibu Hodijah. Dilahirkan di Palembang, 28 Januari 1981. Penulis sudah menikah dan memiliki dua orang anak (satu orang putra dan satu orang putri).

Penulis berdomisili di Palembang, tepatnya di Jalan Sersan KKO Badarudin Perum Rakyat No. 25 – 810 Kelurahan Sungai Buah Kecamatan Ilir Timur II Palembang. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 pada Tahun 2003 di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Lampung. Pada Tahun yang sama yaitu tahun 2003, Penulis diterima menjadi Karyawan Kompartemen Pemasaran di PT Pupuk Sriwidjaja Palembang sampai tahun 2023 dan pada tahun 2023 sampai dengan tahun 2024 ditempatkan di Kompartemen Umum dan saat ini Penulis diamanahkan pekerjaan di Direktorat Keuangan dan Umum.

Penulis cukup lama aktif bekerja di bidang pemasaran dan penjualan pupuk. Pengalaman yang diperoleh selama bekerja adalah penulis paham mengenai penjualan dan pemasaran produk PT Pupuk Sriwidjaja Palembang baik subsidi maupun non subsidi.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, karena berkat pertolongan dan curahan kasih sayangNyalah penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul **“Strategi Penjualan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Pupuk Urea PT Pupuk Sriwidjaja Palembang”**. Sholawat dan salam tidak lupa juga penulis haturkan Kepada Nabi Muhammad SAW. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayah dan Rasulullah Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan yang terbaik bagi umat manusia.
2. Orang tua penulis Bapak Alm. Amri Ibrahim dan Ibu Hodijah yang memberikan semangat, dorongan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan program pasca sarjana ini.
3. Suami (Hermanto) dan Anak-anak Tercinta (Akram Arundaya dan Azalea Kiran Arundati), terimakasih atas doa, semangat dan dukungannya baik moril maupun materi kepada penulis.
4. Dosen pembimbing penulis Ibu Prof. Dr. Ir. Sriati, M.S. selaku pembimbing pertama dan Ibu Dr. Ir. Lifianthi, M.Si. selaku pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, waktu dan kepercayaan kepada penulis.
5. Dosen pengajar, Dosen penguji dan seluruh staf di Lingkungan Pascasarjana Agribisnis Universitas Sriwijaya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
6. Atasan, staf dan seluruh Rekan kerja di PT Pupuk Sriwidjaja Palembang yang telah memberikan semangat dan dukungannya baik moril maupun materi kepada penulis.
7. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih terdapat banyak kekeliruan dan kesalahan. Untuk itu, penulis berharap adanya kritik, saran dan masukan yang kepada penulis untuk dapat memperbaiki tesis ini. Besar harapan penulis semoga tesis ini dapat bermanfaat untuk semua orang yang membacanya. Aamiin Aamiin Ya Rabbal ‘Alaamiin.

Palembang, Juli 2025

Leni Misnasari

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Tinjauan Pustaka	10
2.1.1. Teori Perdagangan Internasional.....	10
2.1.2. Strategi Ekspor.....	13
2.1.3. Analisis Lingkungan Perusahaan	13
2.1.4. Analisis SWOT	14
2.1.5. STV-Triangle	15
2.1.6. Persamaan Regresi Linier	26
2.1.7. Uji Asumsi Klasik.....	27
2.1.8. Analisis Regresi Linier Berganda	29
2.1.9. Pengujian Hipotesis.....	29
2.2. Penelitian Terdahulu	30
2.3. Hipotesis.....	32
2.4. Model Pendekatan.....	33
2.5. Batasan Operasional.....	34
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.2. Metode Penelitian.....	36
3.3. Metode Pengumpulan Data	36

	Halaman
3.4. Metode Analisis Data.....	37
3.4.1. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan.....	37
3.4.2. <i>STV-Triangle</i> dan Analisis SWOT.....	41
3.4.3. Analisis Regresi Linier Berganda	48
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Gambaran Umum PT Pusri Palembang	54
4.1.1 Sejarah PT Pusri Palembang	54
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	57
4.1.3 Kondisi Produksi, Tenaga Kerja dan Nilai Kerja PT Pusri Palembang	57
4.1.4 Struktur Organisasi PT Pusri Palembang.....	58
4.1.5. Produk PT Pusri Palembang	60
4.1.6 Proses Produksi Urea	65
4.2. Supply - Demand Dalam Negeri dan Global dan Pangsa Pasar Pupuk Urea PT Pusri Palembang Dalam Negeri dan Global.....	65
4.3. Alur Penjualan Ekspor Pupuk Urea PT Pusri Palembang.....	69
4.4. Realisasi Penjualan Ekspor Pupuk Urea PT Pusri Palembang.....	72
4.5. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal PT Pusri Palembang	76
4.5.1. Analisis Lingkungan Internal.....	76
4.5.2. Analisis Lingkungan Eksternal	78
4.6. Strategi Penjualan Ekspor Pupuk Urea PT Pusri Palembang	81
4.6.1. <i>STV-Triangle</i>	81
4.6.2. Analisis SWOT	91
4.7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Ekspor Pupuk Urea PT Pusri Palembang.....	98
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
5.1. Kesimpulan	109
5.2. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Matriks IFAS	45
Tabel 3.2. Matriks EFAS	46
Tabel 3.3. Matriks IE	47
Tabel 3.4. Matriks SWOT	47
Tabel 4.1. Tonggak Pencapaian PT Pusri Palembang	55
Tabel 4.2. Pangsa Pasar PT Pusri Palembang.....	69
Tabel 4.3. Merek Pada Produk PT Pusri Palembang.....	89
Tabel 4.4. Matriks IFAS PT Pusri Palembang.....	92
Tabel 4.5. Matriks EFAS PT Pusri Palembang.....	93
Tabel 4.6. Matriks IE PT Pusri Palembang.....	94
Tabel 4.7. Matriks SWOT PT Pusri Palembang	95
Tabel 4.8. Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov test</i>	99
Tabel 4.9. Uji Multikolinieritas.....	101
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>Durbin-Watson</i>	101
Tabel 4.11. Analisis Regresi Volume Ekspor Pupuk Urea PT Pusri Palembang	102

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Perkembangan Produksi Dan Ekspor Pupuk Urea Indonesia Pada Tahun 2017 – 2023	7
Gambar 2.1. Model Pendekatan	33
Gambar 3.1. Diagram Cartesius	48
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT Pusri Palembang.....	60
Gambar 4.2. Produk PT Pusri Palembang.....	64
Gambar 4.3. Proyeksi Kebutuhan Pupuk Urea Dunia Tahun 2024 – 2035	67
Gambar 4.4. Alur Proses Penjualan Ekspor Pupuk Urea PT Pusri Palembang	72
Gambar 4.5. Realisasi Penjualan Ekspor Pupuk Urea PT Pusri Palembang Tahun 2005-2023	73
Gambar 4.6. Realisasi Penjualan Urea Non Subsidi Dalam Negeri (DN) dan Ekspor PT Pusri Palembang.....	83
Gambar 4.7. Diagram Cartesius PT Pusri Palembang	97
Gambar 4.8. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan <i>Scatter Plot</i>	100

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Tabulasi Data Ringkasan Hasil Penelitian	118
Lampiran 2. Hasil Uji Asumsi Klasik dan Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	119
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara dengan Key Informan	120
Lampiran 4. Contoh <i>Manufacturer's Certificate</i>	121

BAB I.

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perdagangan internasional sudah menjadi krusial bagi kemajuan ekonomi negara-negara di era globalisasi. Negara-negara di dunia melakukan perdagangan internasional dikarenakan terdapat beberapa alasan, dimana ada 2 (dua) alasan utama. Pertama, adanya perbedaan sumber daya dan keunggulan kompetitif dimana setiap negara memiliki sumber daya, iklim dan kondisi geografis yang berbeda. Dengan memanfaatkan keunggulan masing-masing, negara-negara bisa saling mengisi kebutuhan dan memperkaya pasar. Kedua, adanya alasan skala ekonomis dalam proses produksi dimana perdagangan internasional memungkinkan negara untuk memproduksi barang dalam jumlah yang lebih besar, sehingga biaya produksi per unit dapat ditekan. Ini membantu perusahaan untuk bersaing di pasar global dan meningkatkan efisiensi.

Perkembangan dunia bisnis semakin ketat dan penuh persaingan saat ini. Inovasi dan strategi yang tepat sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Globalisasi tidak hanya meningkatkan tingkat persaingan, tetapi juga membuka banyak peluang terutama dalam hal pemasaran internasional. Untuk bertahan, pelaku bisnis perlu mengembangkan produk yang memenuhi kebutuhan konsumen dan mengadaptasi layanan mereka agar tetap relevan. Inovasi bisa berupa teknologi baru, pendekatan pemasaran yang kreatif atau pengembangan produk yang berkelanjutan.

Ekspor, baik langsung maupun tidak langsung, merupakan cara efektif untuk memasuki pasar internasional. Melalui ekspor langsung, perusahaan bisa menjual produk mereka secara langsung kepada konsumen di negara lain, sementara ekspor tidak langsung melibatkan pihak ketiga atau perantara yang membantu mendistribusikan produk tersebut.

Ekspor adalah proses pengiriman barang atau jasa dari suatu negara ke negara lain dengan tujuan untuk dijual. Dalam konteks perdagangan internasional, ekspor memungkinkan perusahaan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka. Menurut Undang-Undang Nomor. 17 Tahun

2006 tentang Kepabeanan, ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean. Ekspor merupakan strategi penting bagi perusahaan, baik yang berskala kecil maupun besar, untuk berkompetisi di pasar internasional dan merupakan salah satu sumber devisa yang diandalkan bagi cadangan devisa negara. Ekspor tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan stabilitas finansial suatu negara.

Salah satu produk atau barang yang diekspor oleh Indonesia adalah pupuk urea. Pupuk ini mengandung nitrogen tinggi, yang esensial bagi pertumbuhan tanaman yang membantu tanaman memenuhi kebutuhan hara, terutama nitrogen yang penting untuk pertumbuhan daun dan batang yang berkontribusi pada peningkatan hasil panen.

Pupuk urea merupakan salah satu hasil industri yang memiliki peluang pasar dan difungsikan untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri maupun luar negeri. Selama beberapa tahun terakhir produksi pupuk urea domestik mengalami produksi yang fluktuatif. Fluktuasi produksi pupuk urea di Indonesia sangat dipengaruhi oleh pasokan gas alam dan kondisi pabrik. Gas alam adalah bahan baku utama dalam proses produksi pupuk urea. Jika pasokan gas alam berkurang, produksi pupuk urea juga akan terhambat. Hal ini sering terjadi akibat faktor eksternal seperti kebijakan energi, perubahan dalam kontrak pasokan atau kondisi geopolitik yang mempengaruhi ketersediaan gas. Selain itu, pabrik-pabrik pupuk yang sudah berusia tua cenderung memiliki efisiensi yang lebih rendah. Kerusakan mesin, teknologi yang ketinggalan dan kebutuhan perawatan yang lebih tinggi dapat menyebabkan penurunan kapasitas produksi.

Melihat harga pupuk urea di pasar domestik dan internasional selama enam tahun terakhir, terlihat bahwa harga internasional cenderung berfluktuasi. Pada tahun 2021 hingga 2022 terjadi lonjakan harga pupuk urea di pasar internasional, berdasarkan data dari *Weekly Publikasi Fertecon* Tahun 2017 – 2023. Kenaikan harga ini dipicu oleh tingginya permintaan global terhadap pupuk urea, sementara pasokan di pasar dunia terbatas. (*Weekly Publikasi Fertecon* Tahun 2017 – 2023).

Penyebab melambungnya harga pupuk disebabkan oleh berbagai faktor di tingkat internasional yang sudah berlangsung sejak pertengahan 2021. Kenaikan harga pupuk dimulai dari kebijakan China dan Rusia yang merupakan negara

pengekspor pupuk dan bahan baku pupuk terbesar di dunia, yang menghentikan ekspor untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Mereka menguasai pasar global sekitar 20 hingga 30 persen. Situasi ini semakin diperburuk oleh tren kenaikan harga komoditas dunia, termasuk gas bumi yang merupakan salah satu bahan baku pupuk. Harga pupuk urea yang biasanya berkisar antara US\$300-500 per ton, melonjak menjadi US\$1.000 per ton pada akhir tahun 2021. Lonjakan harga pupuk, terutama urea, sudah terjadi sejak tahun sebelumnya akibat terus meningkatnya harga gas. (Antara News Tanggal 11 April 2022)

Sebagai gambaran, harga urea pada bulan Juni 2021 adalah US\$393,25 per ton, kemudian melonjak menjadi US\$900,50 per ton. Pada waktu yang sama, harga LNG Indonesia tercatat US\$9,62 per MMBTU di Juni 2021, yang juga meningkat menjadi US\$12,77 per MMBTU. Puncaknya, ketika harga LNG Indonesia naik 8,22% di bulan Oktober 2021, harga urea melonjak hingga 65,97% di pasar internasional.

Menurut data dari *World Bank-Commodity Market Review* yang dirilis pada 4 Januari 2022, terjadi kenaikan signifikan pada harga pupuk urea dan diamonium fosfat (DAP). Di awal tahun 2021, harga pupuk DAP tercatat sebesar US\$421 per ton dan pada Desember 2021, harga tersebut melonjak menjadi US\$745 per ton. Sementara itu, pupuk urea juga mengalami lonjakan harga yang mencapai 235,85 persen sepanjang tahun lalu. Pupuk Urea yang awalnya berada di harga US\$265 per ton, kini telah meningkat menjadi US\$890 per ton pada Desember 2021. (*World Bank-Commodity Market Review* per 4 Januari 2022).

Hal yang sama terjadi pada tahun berikutnya yaitu tahun 2022. Harga pupuk non subsidi mengalami kenaikan sepanjang tahun tersebut akibat lonjakan harga bahan baku di tingkat global. Kenaikan harga pupuk non subsidi ini disebabkan oleh meningkatnya harga berbagai komoditas dunia seperti amonia, batu fosfat, KCL, gas dan minyak bumi, yang dipicu oleh pandemi COVID-19, krisis energi di Eropa serta kebijakan beberapa negara yang menghentikan ekspor mereka. (Ekonomibisnis.com, 9 Januari 2022).

Kenaikan harga pupuk global yang signifikan disebabkan oleh beberapa faktor antara lain: (i) pandemi Covid-19 yang menghambat proses produksi dan distribusi pupuk, (ii) kondisi geopolitik akibat perang Rusia-Ukraina, di mana Rusia

merupakan salah satu pemasok utama pupuk N, P, dan K di dunia, (iii) kebijakan pembatasan ekspor pupuk dari beberapa negara penghasil, dan (iv) bencana alam yang terjadi di pusat-pusat produksi pupuk yang mengakibatkan kerusakan pada infrastruktur produksi dan distribusi pupuk. (Grebmer et al., 2022; Arndt et al., 2022).

Indonesia memulai produksi pupuk urea pada tahun 1963 dan melakukan ekspor pertamanya pada tahun 1977 setelah kebutuhan dalam negeri terpenuhi. Kebijakan ini mencerminkan prioritas pemerintah untuk memastikan ketahanan pangan dan ketersediaan pupuk bagi petani lokal sebelum memperluas pasar ke luar negeri. Kebijakan tersebut sangat penting untuk menjaga stabilitas pasokan pupuk domestik terutama mengingat peran vital pupuk urea dalam meningkatkan produktivitas pertanian. Dengan memastikan kebutuhan dalam negeri terpenuhi, pemerintah dapat menghindari potensi kelangkaan yang dapat berdampak negatif pada hasil pertanian dan pada akhirnya, ketahanan pangan nasional.

Di Indonesia, industri pupuk dikuasai oleh lima perusahaan yang merupakan anak perusahaan PT Pupuk Indonesia (Persero), sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Kelima perusahaan tersebut adalah PT Pupuk Sriwidjaja Palembang (PT Pusri Palembang), PT Petrokimia Gresik, PT Pupuk Kaltim, PT Pupuk Kujang dan PT Pupuk Iskandar Muda. Selain itu, PT Asean Aceh Fertilizer pernah beroperasi sebagai perusahaan patungan di sektor pupuk di Indonesia. Didirikan melalui kolaborasi beberapa negara ASEAN, perusahaan ini bertujuan untuk memperkuat produksi pupuk di kawasan tersebut. Namun, sejak tahun 2003, PT Asean Aceh Fertilizer mengalami kesulitan operasional yang signifikan, sehingga tidak dapat beroperasi secara efektif dan resmi dilikuidasi pada tahun 2006.

Penjualan pupuk urea oleh kelima anak perusahaan PT Pupuk Indonesia (Persero) terbagi menjadi dua kategori yaitu urea sektor subsidi dan urea non subsidi (komersil). Pupuk urea subsidi ini lebih bersifat kebijakan dibandingkan dengan pupuk urea komersil. Urea subsidi adalah pupuk yang mendapatkan dukungan dari pemerintah dengan tujuan untuk membantu petani kecil dan memperkuat ketahanan pangan nasional. Fokus utamanya adalah memastikan bahwa petani kecil dapat mengakses pupuk dengan harga yang terjangkau, sehingga mereka bisa menjaga produktivitas lahan mereka. Dalam konteks ini, urea berfungsi

sebagai alat kebijakan publik. Karena disubsidi oleh negara, pupuk ini bukan hanya sekadar komoditas ekonomi, tetapi juga memiliki dimensi sosial dan politik. Istilah politis digunakan untuk membedakannya dari urea non subsidi komersil yang dijual bebas, karena keberadaannya sangat terkait dengan kebijakan pemerintah dan dibiayai melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Ini menunjukkan bahwa urea sebagai pupuk bersubsidi berada dalam ranah kebijakan publik dan intervensi pemerintah yang signifikan, sehingga aspek kebijakan dan politiknya sangat berpengaruh dalam pengelolaan, distribusi dan penetapan harganya. Di sisi lain, urea non-subsidi komersil adalah pupuk yang dijual di pasar dengan harga pasar yang berlaku, tanpa dukungan subsidi dari pemerintah. Produk ini beroperasi dalam kerangka bisnis dan mengikuti hukum pasar (supply-demand).

Alokasi pupuk urea bersubsidi ditetapkan oleh Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia setiap tahunnya. Rata-rata alokasi pupuk urea subsidi penugasan kepada PT Pupuk Indonesia secara nasional yaitu sebesar 4.000.000 - 4.600.000 ton per tahun yang kemudian rincian volumenya masing-masing anak perusahaan PT Pupuk Indonesia dilakukan berdasarkan rayon wilayah penugasan. Wilayah rayon tersebut ditetapkan oleh PT Pupuk Indonesia (Persero) selaku Induk Perusahaan. Saat ini wilayah rayon urea subsidi PT Pusri Palembang mencakup Propinsi Jambi, Sumatera Selatan, Bengkulu, Lampung, Bangka Belitung, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Bali dan sebagian Jawa Timur.

Rata-rata alokasi penugasan urea subsidi untuk wilayah penugasan PT Pusri Palembang adalah sebesar 1.400.000 – 1.700.000 ton per tahun. Pada tahun 2024, alokasi pupuk urea subsidi yang ditugaskan oleh pemerintah kepada PT Pupuk Indonesia sebesar 4.634.626 ton. Untuk PT Pusri Palembang, alokasi penugasan urea subsidi untuk wilayah penugasan tahun 2024 adalah sebesar 1.629.687 ton sehingga dengan memperhatikan produksi urea PT Pusri Palembang setiap tahunnya sekitar 2.100.000 – 2.200.000 ton, maka terdapat potensi penjualan urea non subsidi (dalam negeri dan ekspor).

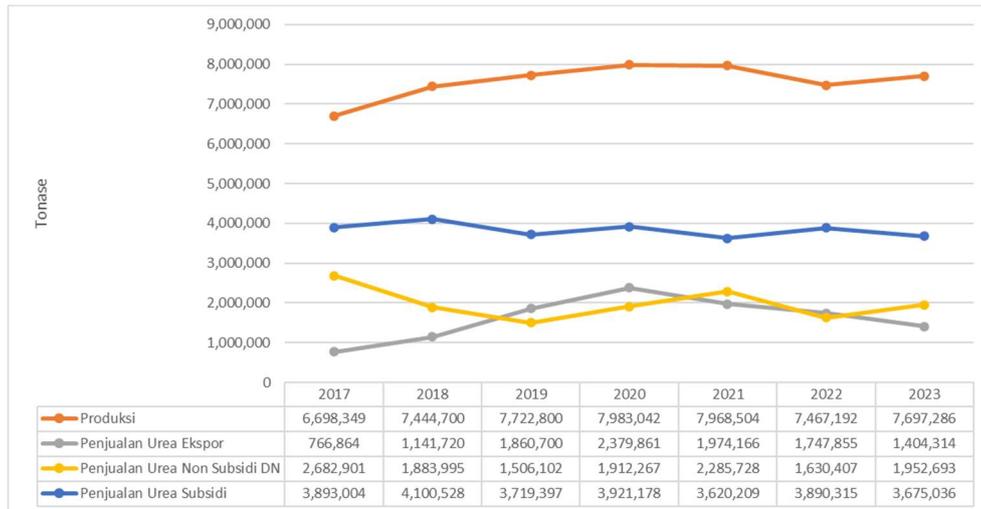
Pemerintah Republik Indonesia telah mengeluarkan berbagai peraturan dan kebijakan terkait perdagangan luar negeri. Salah satunya adalah Peraturan Menteri Perdagangan R.I Nomor 48/M-DAG/PER/7/2012 yang ditetapkan pada 18 Juli 2012 mengenai Ketentuan Ekspor Pupuk Urea Non Subsidi, yang kemudian diubah

dengan Peraturan Menteri Perdagangan R.I Nomor 73/M-DAG/PER/12/2013 pada 12 Desember 2013. Peraturan ini mengatur tata cara permohonan ekspor pupuk urea oleh lima anak perusahaan PT Pupuk Indonesia (Persero).

Pelaksanaan permohonan jumlah alokasi ekspor setiap tahunnya dilakukan oleh PT Pupuk Indonesia dengan mengajukan ke Kementerian Perdagangan Republik Indonesia secara keseluruhan untuk kelima anak perusahaan produsen pupuk dengan terlebih dahulu melakukan rencana alokasi ekspor masing-masing anak perusahaan tersebut yang didapat dari Rencana Kerja Anggaran Perusahaan (RKAP). Perhitungan alokasi ekspor tersebut dilakukan dengan memperhatikan jumlah produksi dikurangi kebutuhan urea subsidi setiap tahunnya sehingga didapat potensi alokasi urea non subsidi yang dirinci untuk non subsidi dalam negeri dan luar negeri (ekspor).

Pengajuan alokasi izin ekspor PT Pupuk Indonesia (Persero) setiap tahunnya dilakukan dengan melakukan pembahasan dengan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia bersama Kementerian terkait lainnya yaitu Kementerian Pertanian Republik Indonesia, Kementerian Perekonomian, Kementerian BUMN dan Kementerian Perindustrian. Alokasi izin ekspor tersebut didapat dengan mempertimbangkan masih terdapat potensi urea yang dapat dijual setelah PT Pupuk Indonesia menjamin terpenuhinya kebutuhan urea subsidi di seluruh wilayah Indonesia termasuk ketersediaan *buffer stock* yang ditentukan untuk bulan-bulan berikutnya.

Berdasarkan *Annual Report* PT Pupuk Indonesia (Persero) tahun 2017 – 2023, produksi pupuk urea domestik di Indonesia antara tahun 2017 hingga 2023 (Gambar 1.1) menunjukkan tren yang positif, dengan peningkatan setiap tahunnya. Meskipun ada pertumbuhan dalam produksi, volume ekspor pupuk urea justru mengalami fluktuasi yang tidak konsisten. Padahal, jika kita melihat kondisi permintaan pupuk urea di pasar internasional, permintaannya cenderung meningkat.



Gambar 1.1. Perkembangan Produksi Dan Ekspor Pupuk Urea Indonesia Pada Tahun 2017 – 2023

Grafik pada Gambar 1.1. menunjukkan bahwa perkembangan realisasi volume ekspor pupuk urea Indonesia menunjukkan pergerakan yang fluktuatif dengan kecenderungan menurun. Volume ekspor pupuk urea antara tahun 2021 hingga 2023 mengalami penurunan yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh peningkatan volume penugasan pemenuhan kebutuhan urea subsidi dari pemerintah, sehingga volume urea non-subsidi, termasuk ekspor, mulai menurun sejak tahun 2021 hingga 2023.

Meningkatnya harga pupuk urea di pasar internasional yang semakin meningkat, kondisi ini sangat ironis. Dengan adanya perkembangan harga ekspor yang terus naik, seharusnya volume ekspor juga bisa meningkat. Namun, kenyataannya justru sebaliknya. Nilai tukar mata uang rupiah terhadap dolar Amerika juga berperan penting dalam mempengaruhi ekspor suatu negara. Hal ini terjadi karena nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika memengaruhi harga pupuk urea Indonesia.

Kenaikan nilai mata uang rupiah terhadap dolar Amerika akan membuat harga pupuk urea Indonesia menjadi lebih mahal, yang berpotensi menurunkan permintaan dari beberapa negara. Sebaliknya, jika nilai rupiah terdepresiasi terhadap dolar Amerika, harga pupuk urea Indonesia akan menjadi lebih murah, sehingga permintaan dari negara-negara tersebut bisa meningkat. Dengan demikian, pertanyaan yang muncul adalah apakah benar bahwa penguatan kurs

rupiah terhadap dolar Amerika menyebabkan penurunan permintaan pupuk urea Indonesia dari negara-negara tujuan ekspor.

Memperhatikan rata-rata alokasi penugasan urea subsidi untuk wilayah penugasan PT Pusri Palembang adalah sebesar 1.400.000 – 1.700.000 ton per tahun sedangkan produksi urea aktual PT Pusri Palembang setiap tahunnya rata-rata sebesar 2.100.000 – 2.200.000 ton, terdapat potensi penjualan urea non subsidi rata-rata sebesar 500.000 ton per tahun baik untuk non subsidi dalam negeri maupun luar negeri (ekspor). Dengan melihat rata-rata realisasi penjualan ekspor PT Pusri Palembang sembilan belas tahun terakhir hanya sebesar 161.000 ton maka volume penjualan ekspor urea PT Pusri Palembang masih dapat ditingkatkan.

Saat ini, PT Pusri Palembang mempunyai 4 pabrik yang beroperasi yaitu Pabrik Pusri IB, IIB, III dan IV. Dari 4 pabrik tersebut, terdapat 2 pabrik yang sudah cukup tua dan kurang efisien yaitu Pusri III dan IV. Untuk mendapatkan pabrik yang lebih baru, efisien dan kapasitas yang lebih besar, saat ini PT Pusri Palembang sedang melaksanakan pembangunan pabrik baru yaitu Pusri IIIB yang direncanakan akan menggantikan 2 pabrik lama tersebut. Pabrik Pusri IIIB ini akan lebih efisien dalam penggunaan bahan baku gas dan direncanakan mempunyai kapasitas yang lebih besar. Dengan beroperasinya Pabrik Pusri IIIB pada tahun 2027, diharapkan harga ekspor urea PT Pusri Palembang dapat lebih kompetitif di dunia internasional sekaligus terdapat penambahan potensi volume urea non subsidi yang dapat diekspor.

PT Pusri Palembang melakukan ekspor pupuk urea ke berbagai negara di Asia Tenggara yaitu Vietnam, Thailand, Filipina, Malaysia dan juga negara diluar Asia Tenggara yaitu Australia, Chili, Peru, Amerika Serikat, Taiwan, Inggris dan berbagai negara lainnya dengan jumlah yang cukup rendah dibandingkan kebutuhan dan konsumsi urea secara dunia. Oleh karena itulah penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis lebih lanjut mengenai strategi yang tepat dalam penjualan pupuk urea ekspor dengan menggunakan analisis faktor internal dan eksternal perusahaan, 9 elemen pemasaran (*STV Triangle*) dan analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*) serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan ekspor pupuk urea PT Pusri Palembang dengan menggunakan analisis Regresi Linier Berganda.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Analisis lingkungan internal dan eksternal PT Pusri Palembang dalam rangka penjualan ekspor pupuk urea?
2. Bagaimana strategi PT Pusri Palembang dalam penjualan ekspor pupuk urea?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penjualan ekspor pupuk urea PT Pusri Palembang selama tahun 2005 – 2023?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi penjualan Ekspor Pupuk Urea PT Pusri Palembang.
2. Untuk merumuskan dan menjelaskan strategi yang dapat digunakan oleh PT Pusri Palembang dalam penjualan ekspor pupuk urea.
3. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan ekspor pupuk urea yang dilakukan oleh PT Pusri Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam memberikan pengetahuan serta pemikiran dalam studi Ilmu Agribisnis, terutama dalam kegiatan ekspor produk pupuk urea. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu yang lebih luas dalam analisis kasus dalam studi ilmu abgribisnis yang ada.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini bagi penulis adalah sebuah karya tulis yang menjadi syarat untuk meraih Gelar Magister (S2) di bidang Ilmu Agribisnis. Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini juga dapat memberikan manfaat praktis dan informasi yang berguna bagi peneliti lain yang memiliki fokus kajian atau tertarik untuk mengamati isu yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Ismi, D., Suharyono., dan Yusri, A. (2014). Strategi Pemasaran Kerajinan Buah Kering Untuk Meningkatkan Nilai Ekspor Pada UD. *Indo Nature, Lombok–NTB. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 11 No. 1 Juni 2014, administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Adisty M. P., Anastasya, C.L.S., Mhelinda, U, Nelda, S., T.Bahtazar, M.S., dan Hafiza, A. (2023). Teori Perdagangan Internasional: Pemahaman Konseptual dan Implikasinya Dalam Konteks Global. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Volume 1, Nomor 5*. E-ISSN : 2986-6340. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8061593>.
- Aisa, D. A. L., Titin., Dan Luluk, N. A., (2019). Analisis Segmenting, Targeting Dan Positioning Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Global Pada UKM Kacang Mede “Bawang Mas” Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, Volume 4 No. 2, p-ISSN:2502-3780, e-ISSN : 2621-881X.
- Alfina, Y. S., Dan Syamsul H., T. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Karet Indonesia Ke Jepang. *Jurnal Randai*, Vol 3 No 1 Juli 2022 ISSN 2723-4657.
- Ali, M., Agus, W., Dan Yuli, S., (2022). Strategi Peningkatan Ekspor Produk Kelautan Dan Perikanan Ke Pasar Eropa. *Jurnal Manajemen USNI Volume 6 No 2 Februari 2022* P-ISSN : 2528-7044 E-ISSN : 2809-5103 DOI: <https://doi.org/10.54964/manajemen/>.
- Aulia, F. R. (2024). Analisis Strategi Pemasaran PT Genta Trikarya dalam Meningkatkan Volume Ekspor. *Global Leadership Organizational Research in Management Vol.2, No.3*, e-ISSN: 3021-7423, p-ISSN: 3021-7431, Hal 346-363. <https://doi.org/10.59841/glory.v2i3.1609> Available Online at: <https://jurnal.stikes-ibnusina.ac.id/index.php/GLORY>.
- Benny, R. (2003). Evaluasi Kebijakan Sistem Distribusi Dan Harga Pupuk Di Tingkat Petani . *Analisis Kebijakan Pertanian*, Volume 1 No. 3, : 221-237.
- Bonaraja, P. (2020). Analisis Tentang Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode Tahun 2009 – 2018. *Jurnal Humaniora*, Vol. 4, No. 2 : 244 – 255. Universitas Abulyatama. www.jurnal.abulyatama.ac.id/humaniora.
- Deliarnov. (1995). Pengantar ekonomi makro. Jakarta: UI-Press.
- Dewi, P. F., Jumawan, J., Nazifa, F., Siti, W. P., Mira. A., Elisa, N. P., Dan Adelia, V. A., (2024). Penggunaan Analisis SWOT untuk Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol.4, No.1 Maret 2024* e-ISSN: 2962-4010; p-ISSN: 2962-4444, Hal 30-38. <https://doi.org/10.55606/optimal.v4i1.2567>

- Dipokusumo, B., Siddik, M., dan Zaini, A. (2022). Prosiding SAINTEK. *LPPM Universitas Mataram*, 4.
- Firna, M. A., Poluan, Silvy L., Mandey, Imelda W.J., Dan Ogi. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal EMBA Vol.7 No. 3*, Hal. 2969 – 2978. ISSN 2303-1174.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Heckscher, Eli, and Bertil Ohlin. (1919-1933). *Interational Trade: A Study of its Impact on the Distribution of Income*.
- Ilham, T. W., Muhammad, A., Dan Nurul, J. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada Kedai Kopi Batang Kopi Kecamatan Batang Serangan. *urnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, Vol. 3 No.1 Maret 2023 Hal. 105-113. <https://doi.org/10.47233/jeps.v3i1.560>.
- Indra, A. S., Harsuko, R., Dan Nuddin, H. (2015). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT HATNI (Hasil Alam Tani Nelayan Indonesia) Di Desa Tlogosadang Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan Jawa Timur. *Jurnal ECSOFiM Vol. 3*.
- Istiqomah, T. A., Bambang, Y. A., Dan Istis B. (2024). Strategi Peningkatan Ekspor *Fresh Dehusked Coconut* Kalimantan Barat. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* P-ISSN: 2460-4321, E-ISSN: 2579-8340 Volume 10, Nomor 2, 1952-1962.
- Kartajaya, Hermawan. (2006). *Hermawan Kartajaya on Marketing Mix Seri 9 Elemen Pemasaran*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Keegan, Warren J., dan Mark C. Green. (2008). *Global Marketing*. Edisi 5. London: Pearson Education.
- Khori, A. T., Aidhawani, Aditya, F., Adinda, S. A., Dan Suhairi. 2023. Strategi Segmenting, Targeting, Positioning dalam Pemasaran Global. *MAMEN (Jurnal Manajemen)* e-ISSN 2809-8099 | p-ISSN 2810-0484 Vol. 2 No. 1 (Januari 2023) 151-158. journal.literasisains.id/index.php/MAMEN. DOI:10.55123/mamen.v2i1.1614.
- Kotler, Philip (1997). "Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol", Jilid Kedua. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Krueger dalam Nanga. (2005). *Makro Ekonomi: teori, masalah, dan kebijakan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Pustaka.

- Laksamana, G. S. (2024). Persiapan Ekspor Madu Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Ekspor Pada PT. Awan Kurniawan Corp. Neraca Manajemen, Ekonomi Vol 7 No 9 Tahun 2024 Prefix . 10.8734/mnmae.v1i2.359.
- Lathif, H. F. (2019). Strategic Management Analisis Swot Pada PT. Gajah Tunggal Tbk. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi (JEMSI), Volume 1, Issue 2, E-ISSN : 2686-5238, P-ISSN : 2686-4916.
- Lindert, P. H. (1994). Ekonomi Internasional. Edisi Kesembilan (diterjemahkan oleh Agustinus).
- Luky, A.S., Efendy, S.L.H.V. Joyce, L., Djurwati, S. (2022). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Nomad Coffee Shop. Jurnal EMBA Vol. 10 No. 2.
- Melati, S. R. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Minyak Kelapa Sawit (Studi Kasus PT Perkebunan Nusantara IV Medan). Edunomika – Vol. 07, No. 02.
- Mira, U., Prof. Dr. Said Muhammad, MA, Prof. Dr. Abubakar Hamzah. (2015). Volume Ekspor Pupuk Urea Indonesia. Jurnal Ilmu Ekonomi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala, Volume 3, No. 3, ISSN 2302-0172.
- Mita, D. A., Abid, M., Nurus, S. (2019). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Pada UD. Yoga Putra Bangkit Sambeng Lamongan. Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM), Volume 4 No. 2, p-ISSN:2502-3780, e-ISSN : 2621-881X.
- Muhammad, A. R., Muhammad, J., Supristiwendi, Thursina, M., (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Ekspor Udang Vaname (*Litopenaeus Vannamei*) (Studi Kasus: UD. Jumari, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat). Vol. 2 No. 2 (December 2022) Jurnal Manajemen Agribisnis dan Agroindustri e-ISSN: 2807-3789. 10.25047/jmaa.v2i2.43 p-ISSN: 2807-4130.
- Muhammad, R. A. (2024). Strategi Ekspansi Pasar Ekspor Briket Arang Ke Jepang Dengan Pendekatan SWOT-QSPM. JURNAL LOCUS: Penelitian & Pengabdian Volume 3 No. 1, E-ISSN 2829-7334, P-ISSN 2829-5439 Homepage : <https://locus.rivierapublishing.id/index.php/jl>.
- Nada, A. A. S., Tineke, W., Dan Idris, Y. N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Delta Pasific Indotuna Bitung. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, P-ISSN 2620-9551, E-ISSN 2622-1616, JAMBURA: Vol 5. No 3, Website Jurnal: <http://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB>.
- Parama, S. R., Nani, I. S., Dan Dinna, R. (2021). Strategi Peningkatan Penjualan Kopi Arabica Jenawi Desa Anggrasmanis, Kecamatan Jenawi, Kabupaten Karanganyar, Provinsi Jawa Tengah. Journal of Indonesian Science Economic Research (JISER) Vol 3, No 1, ISSN 2686-0074 (online) Available online at <http://journalindonesia.org/index.php/JISER>.

- Priadana, Moh. Sidik, dan Saludin Muis. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- PT Pupuk Sriwidjaja Palembang. (2024). *Official Website*
- PT. Pusri. (2001). *Rencana dan Realisasi Produksi Pupuk di Dalam Negeri, Ekspor dan Impor Pupuk*.
- Putra, D. A. (2013). *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Ekspor Tembakau Indonesia ke Jerman*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Putri, U., Syariefful, I., Dan Dwi, H. (2022). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menggunakan Analisis SWOT Olahan Bawang Merah Pada PT. Sinergi Brebes Inovatif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.15, No.2, pp. 346 - 357 p-ISSN : 1979-0155 (print) e-ISSN : 2614-8870 (online) <http://journal.stekom.ac.id/index.php/E-Bisnis>.
- Rangkuti, Freddy. (2016). *Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta : PT Gramedia.
- Rangkuti, Freddy. (2019). *Analisis SWOT : Teknik membedah Kasus Bisnis (cara perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Cetakan kedua puluh Lima. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Salvatore, D. (1997). *Ekonomi Internasional*. Edisi Kelima Jilid Dua. Jakarta: Erlangga
- Schumacher, R. (2013). *Deconstructing the Theory of Comparative Advantage*. *World Economics Review*, Vol. 2 : 83 – 105.
- Simamora Henry. (2000). *Manajemen Pemasaran internasional*. Jilid 1 Edisi Cetak 1, Salemba Empat Jakarta.
- Singgih, R., Willy, T., Yudi, S. (2022). Analisis strategi pemasaran pupuk NPK Pelangi untuk menghadapi pasar bebas ASEAN. *Journal Industrial Services*, vol. 7, no. 2, Available online at: <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jiss>.
- Sinurat, A. P., Purwadaria, T., Bintang, I. A. K., Ketaren, P. P., Bermawie, N., Raharjo, M. dan Rizal, M. (2009). Pemanfatan Kunyit dan Temulawak sebagai Imbuan Pakan untuk Ayam Broiler. *Jurnal Ilmu Ternak dan Veteriner* 14(2): 90–96.
- Smith, Adam. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*.
- Subhan. Ujang, S., Arief, D., Dan Kirbrandoko. (2016). Kebijakan Harga dan Kebijakan Distribusi dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Urea. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)* Vol 14 No 2.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suhairi, Cici, W. A., Diana, Niken, R., Rio, A. H., Dan Wahyu, A. N. (2023). Strategi Pemasaran Produk Indomie (PT Indofood Sukses Makmur) Dalam Pasar Internasional. *MRI : Jurnal Manajemen Riset Inovasi* Vol.1, No.1, e-ISSN: 2964-7800; p-ISSN: 2963-2307, Hal 135-142.
- Tina, H. S., Muhamad, E. K., Dan Galuh, E. S. (2021). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di PT. Panarub Industry. *Journal Industrial Manufacturing* Vol. 6, No. 1, pp. 43-56 P-ISSN: 2502-4582, E-ISSN: 2580-3794.
- Upini, M., Muhamad, S., & Hamzah, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Ekspor Pupuk Urea Indonesia. *Jurnal Visioner Dan Strategis*, 5(1), 43–50. <https://journal.unimal.ac.id/visi/article/view/229>.
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.
- Widiyarini, Dan Zeny, F. H. (2019). Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Dan QSPM Dalam Upaya Peningkatan Penjualan PT Primavista Solusi. *Journal of Applied Business and Economic* Vol. 5 No. 4 (Juni 2019) 384-397.
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning (STP) Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap. *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1(3), 175-190.
- Yosua, H. I. S., Sunarti, M., Dan Kholid, M. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor (Studi Pada Perusahaan Pt Kaltim Prima Coal). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 42 No.1, administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id 3
- Yuana, T. U., Zulhamdi, S. (2017). Strategi Memasuki Pasar Global Studi Kasus Yanto Pottery Kasongan Bantul. *Az Zarka': Jurnal Hukum Bisnis Islam*, Vol 9, No. 1. Faculty Of Sharia and Law, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.