

ABSTRACT

This study analyzes the sales strategy of CV Arsejahtera, an Indonesian wood veneer manufacturer, aimed at entering and expanding into the growing Indian market. Leveraging Indonesia's abundant tropical wood resources and CV Arsejahtera's product quality, this research highlights both market potential and challenges. Employing a mix of qualitative market analysis, competitive assessment, and strategic business modeling, the study identifies key elements for success including product differentiation, certification compliance (SVLK and FSC), price competitiveness, and robust partnerships with Indian distributors and furniture manufacturers. The findings suggest significant export opportunities driven by India's fast-growing furniture and construction sectors, balanced against import regulations and logistics hurdles. Recommendations include diversifying wood species, enhancing technological capabilities, leveraging ASEAN-India Free Trade Agreement benefits, and expanding marketing channels. These insights provide practical guidance for SMEs seeking international market expansion in the wood products industry.

Keywords: *Wood veneer, sales strategy, export market, India, forest certification, B2B marketing, ASEAN-India Free Trade Agreement*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi penjualan CV Arsejahtera, produsen kayu veneer asal Indonesia, dalam upayanya memasuki dan mengembangkan pasar India yang terus tumbuh. Dengan memanfaatkan sumber daya kayu tropis yang melimpah di Indonesia serta kualitas produk CV Arsejahtera, penelitian ini mengeksplorasi potensi pasar sekaligus tantangan yang dihadapi. Melalui pendekatan analisis pasar kualitatif, penilaian daya saing, dan pemodelan strategi bisnis, studi ini mengidentifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan seperti diferensiasi produk, kepatuhan terhadap sertifikasi (SVLK dan FSC), daya saing harga, serta pembentukan kemitraan yang kuat dengan distributor dan produsen furnitur di India. Temuan menunjukkan adanya peluang ekspor yang signifikan, didorong oleh pertumbuhan pesat sektor furnitur dan konstruksi di India, meskipun diimbangi oleh regulasi impor dan hambatan logistik. Rekomendasi strategis mencakup diversifikasi jenis kayu, peningkatan kapabilitas teknologi, pemanfaatan keuntungan dari Perjanjian Perdagangan Bebas ASEAN-India, serta perluasan saluran pemasaran. Temuan ini memberikan panduan praktis bagi UKM yang ingin melakukan ekspansi pasar internasional di sektor produk kayu.

Kata Kunci: kayu veneer, strategi penjualan, pasar ekspor, India, sertifikasi kehutanan, pemasaran B2B, Perjanjian Perdagangan Bebas ASEAN-India