BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara agraris, di mana mayoritas penduduknya menggantungkan mata pencaharian pada sektor pertanian. Selain menyediakan lapangan kerja, sektor ini juga memiliki peranan penting sebagai penyumbang devisa serta menjadi tulang punggung dalam pemenuhan kebutuhan pangan nasional. Produk-produk dari sektor pertanian tidak hanya dimanfaatkan sebagai bahan konsumsi langsung, tetapi juga menjadi bahan baku utama bagi berbagai industri, mulai dari skala besar, menengah, kecil, hingga industri rumah tangga.

Salah satu komoditas penting dalam sektor pertanian adalah kelapa. Tanaman kelapa dapat tumbuh dengan baik di wilayah pesisir, dataran tinggi, hingga lereng gunung, dan memiliki nilai ekonomi tinggi sebagai komoditas ekspor. Kelapa memberikan kontribusi terhadap pendapatan masyarakat, karena dapat diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah, seperti minyak kelapa murni (Virgin Coconut Oil/VCO). Selain itu, kelapa juga dimanfaatkan sebagai bahan dasar dalam industri kosmetik dan kesehatan, seperti untuk pembuatan sabun dan losion (Dalmadi et al., 2019; Miksusanti et al., 2020; Mujiba Rahmi et al.; Syafruddin et al., 2023; Reniana et al., 2021). Minyak merupakan zat gizi penting yang berfungsi sebagai sumber energi bagi tubuh manusia. Setiap gram minyak mampu menghasilkan energi sebesar 9 kalori. Kandungan minyak dalam kelapa segar berkisar antara 30 hingga 50 persen, sementara dalam kopra kandungan lemaknya bisa mencapai 63 hingga 65 persen. Kadar air dalam minyak kelapa sangat dipengaruhi oleh tingkat kematangan buah; semakin tua buah kelapa, maka kadar air dalam minyaknya juga cenderung meningkat (Rahmawati & Agustrian, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh Putra (2022) menunjukkan bahwa satu buah kelapa tua mengandung minyak sekitar 60–65 persen, sedangkan pada kelapa muda segar kandungan minyaknya sekitar 43 persen.

Dipindai dengan CamScanner

Kabupaten polewali mandar salah satu daerah di Sulawesi Barat, memiliki potensi besar untuk pengembangan usaha minyak kelapa. Potensi ini ditunjang oleh karakteristik wilayah yang sebagian besar merupakan kawasan pesisir dengan pertumbuhan tanaman kelapa yang cukup melimpah. Ketersediaan bahan baku yang melimpah ini memberikan kemudahan dalam proses produksi minyak kelapa khas daerah, yang dikenal sebagai minyak Mandar. Pengembangan industri ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah secara ekonomi bagi masyarakat lokal, membuka lapangan pekerjaan baru, serta turut berkontribusi terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Polewali Mandar tahun 2024, pada tahun 2023 luas areal perkebunan kelapa tercatat mencapai 23.142,19 hektare, dengan total produksi sebesar 20.074,93 ton. Distribusi produksi kelapa per kecamatan di wilayah ini dapat dilihat pada tabel 1.

Table 1. data luas Areal dan Jumlah Produksi Kelapa di Kabupaten Polewali Mandar.

Kecamatan	Luas Lahan (ha)				Produksi (ton)			
	2021	2022	2023	2024	2021	2022	2023	2024
Tinambung	2.196,11	2.196,11	2.196,11	2.196,11	2.401,86	140,09	2.414,59	2.112,20
Balanipa	1.179,15	1.179,15	1.179,15	1.179,15	572,68	1.841,72	659,82	1.149,50
Limboro	1.861,75	1.861,75	1.861,75	1.861,75	1.913,63	210,97	1.922,18	1.724,70
Tutar	161,92	161,92	161,92	161,92	53,46	1.094,56	53,47	161,92
Alu	793,95	793,95	793,95	793,95	772,72	376,07	775,98	770,00
Campalagia	4.043,50	4.043,50	4.043,50	4.043,50	3,331,73	2.773,42	3.345,24	3.622,50
Luyo	564,35	564,35	564,35	564,35	411,23	6,15	413,51	523,35
Wonomulyo	442,25	442,25	442,25	442,25	376,07	73,31	376,07	442,25
Mapilli	3.333,66	3.333,66	3.333,66	3.333,66	3.965.85	3.969,56	3.969,96	3.230,66
Tapango	3.129,22	3.129,22	3.129,22	3.129,22	2.757,61	413,51	2.776,50	2.512,72
Matakali	1.429,19	1.429,19	1.429,19	1.429,19	1.093,77	53,47	1.095,35	967,50
Bulo	295,10	295,10	295,10	295,10	73,31	3.340,67	73,31	229,76
Polewali	172,60	172,60	172,60	172,60	140,09	659,65	140,09	152,70
Binuang	2.585,17	2.585,17	2.585,17	2.585,17	1.819,75	2.411,11	1.841,74	2.172,70

Dipindai dengan CamScanner

Anreapi	861,37	861,37	861,37	861,37	206,22	1.918,96	210,97	611,58
Matangnga	92,90	92,90	92,90	92,90	6,22	775,92	6,15	92,90
Total	23.142,19	23.142,19	23.142,19	23.142,19	19.896,19	20.059,14	20.074,93	20.476,94

Sumber : BPS Kabupaten Polewali Mandar, 2025

Berdasarkan Tabel 1 luas lahan perkebunan kelapa di Kabupaten Polewali Mandar dalam empat tahun terakhir dari tahun 2021 sampai tahun 2024 cenderung menurun, sehingga jumlah produksi yang dihasilkan kurun waktu tersebut juga menurun. Beberapa faktor menyebabkan hal tersebut yang diketahui dari informasi penyuluh pertanian di wilayah ini, antara lain : semakin besarnya presentase tanaman yang telah berumur tua, serangan hama dan penyakit terutama *Sexava spp*; kurangnya pemeliharaan terutama pemupukan dan pengendalian hama dan penyakit, kepemilikan oleh 98% petani kecil dengan luas lahan terbatas, nilai yang diterima petani kelapa terbilang rendah (bentuk butiran). harga yang tidak stabil dan tidak merata antar daerah, tidak ada jaminan pemasaran, produksi tanaman kelapa cukup rendah (berkisar 1.1 ton koprah/Ha); serta terbatasnya ketersediaan benih unggul. Penelitian Sangadji, Dkk (2022) menyebutkan penyebab rendahnya produktifitas kelapa di Indonesia umumnya disebabkan kondisi tanaman yang sudah tua dan rusak. Selain itu, sekitar 98,2% usaha tani kelapa di Indonesia merupakan perkebunan rakyat dengan kepemilikan dengan lahan terbatas, pemanfaatannya belum optimal serta penerapan tekhnologi yang belum optimal. Dusun Mombi, Desa Mombi Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar merupakan salah satu daerah penrajin minyak kelapa Mandar meski hanya tersisa belasan keluarga yang masih aktif menekuni kegiatan tersebut. Dengan warna dan aroma yang lebih khas dibanding daerah lain di Kabupaten Polewali Mandar, Dusun tersebut dikenal sebagai *Kappung Pappapia Minna Mandar* yang berarti daerah penghasil minyak Mandar. Kegiatan pembuatan minyak akan terlihat ramai beberapa waktu setelah panen buah kelapa, bahkan ada kelompok produksi rumah tangga yang secara khusus membuat minyak kelapa asli Mandar (Dwi Jayanti *et al.*, 2023).

Dipindai dengan CamScanner

Proses pembuatan minyak Mandar secara tradisional masih dapat dijumpai di berbagai wilayah, dimulai dari tahap pengupasan kelapa, pemerasan santan, pemasakan, hingga menghasilkan minyak siap pakai. Meskipun teknik yang digunakan masih sederhana, kualitas minyak yang dihasilkan cukup baik, bahkan dapat bertahan selama beberapa bulan dalam suhu ruang (Rahman & Kandatong, 2022).

Minyak Mandar, atau dikenal secara lokal sebagai *minna Mandar*, merupakan produk berbasis kelapa yang menjadi bagian penting dari identitas budaya masyarakat Mandar salah satu komunitas maritim terbesar di Sulawesi. Menurut Haeruddin, Basri, dan Ahmad (2019), minyak kelapa khas Mandar adalah warisan budaya lokal yang lahir dari kearifan masyarakat setempat dan memiliki karakteristik unik yang dibanggakan oleh etnis Mandar. Tidak seperti minyak goreng biasa, minyak Mandar memiliki aroma khas yang memperkaya cita rasa masakan. Selain digunakan sebagai bahan pangan, minyak ini juga diminati oleh para pelaku industri kosmetik, seperti pembuat sabun, lip balm, dan body butter, karena aroma dan teksturnya yang mudah diproses.

Namun, kehadiran minyak sawit kemasan yang meluas di pasar modern maupun tradisional, termasuk warung-warung kecil di pelosok, telah menyebabkan menurunnya pamor minyak Mandar di pasaran (Nuraeni, 2018). Situasi ini diperparah oleh semakin kompleksnya tantangan yang dihadapi, terutama karena kelapa sebagai bahan baku utama minyak Mandar perlahan tergantikan oleh kelapa sawit yang dinilai lebih ekonomis (Musmawati et al., 2021). Kondisi ini diakui penrajin minyak Mandar sebagai penyebab menurunnya produktifitas pembuatan minyak Mandar karena konsumen mereka sudah memilih produk yang lebih murah di pasaran dengan kemasan lebih menarik. Hal tersebut menyebabkan mereka kesulitan meningkatkan pendapatan dari produk ini, sehingga banyak diantara mereka hanya menjual buah kelapa secara langsung dan sebagian dibuat kopra. Penelitian Indrayana Dkk (2020) menyebut jika minyak kelapa saat ini tergeser oleh minyak berbahan baku kelapa sawit karena lebih murah sehingga peluang penrajin untuk memperoleh tambahan pendapatan ataupun nilai tambah dari hasil usahanya menjadi kurang (Nurmayani *et al.*, 2023).

Dipindai dengan CamScanner

Observasi awal penelitian diketahui bahwa penrajin memasarkan langsung kepada masyarakat sekitar dan saat hari pasar di kecamatan atau di wilayah Kabupaten Polewali Mandar. Kemasan yang cukup sederhana, berupa botol air mineral yang diberi label sesuai industri rumah tangga yang memproduksi minyak Mandar tersebut dengan alat yang masih sederhana, seperti alat untuk memeras santan yang menggunakan kayu sehingga penrajin membutuhkan waktu pengolahan yang lama karena masih melakukan sesuai tradisi turun temurun. Putri et al. (2019) mengemukakan bahwa tanpa dukungan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, proses produksi minyak kelapa oleh para perajin akan memakan waktu yang relatif lama. Sementara itu, menurut Mattoasi et al. (2022), metode tradisional yang digunakan dalam pembuatan minyak kelapa umumnya masih mengandalkan santan dan daging buah kelapa segar, yang memiliki kandungan air cukup tinggi. Kandungan air tersebut menyebabkan proses pemanasan menjadi lebih lama dan membutuhkan penggunaan bahan bakar dalam jumlah besar. Cara pengolahan yang demikian menjadi salah satu tantangan utama bagi perajin minyak kelapa Mandar dalam meningkatkan efisiensi produksi. Harga jual yang relatif tinggi akibat biaya produksi yang besar juga dapat menjadi kendala tersendiri dalam menarik minat konsumen (Nadja et al., 2023).

Sebagian besar perajin minyak kelapa Mandar menjalankan usahanya dalam bentuk industri rumah tangga yang dikelola secara sederhana. Aktivitas produksi biasanya melibatkan anggota keluarga, kerabat dekat, atau tetangga, baik dalam proses pengolahan maupun pemasaran produk. Jika merujuk pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pola usaha yang dijalankan para perajin ini termasuk dalam kategori usaha mikro atau kecil yang berbasis komunitas dan kearifan lokal, mereka dikategorikan sebagai usaha mikro karena para pengrajin di daerah ini tergolong usaha ekonomi yang berdiri sendiri secara produktif, serta memiliki asset tidak lebih 50 juta di luar tanah dan tempat yang dimiliki untuk tempat usaha, omset penjualan paling banyak 300 juta pertahun. Muhyidin (2023), mengunkapkan bahwa pemasaran produk usaha mikro cenderung terjadi secara spontan, apa adanya, tidak mau dipusingkan dengan perencanaan yang berbelit-belit, mereka lebih memilih pemasaran produk yang pleksibel. Alasannya karena keterbatasan pengetahuan

Dipindai dengan CamScanner

dalam pemasaran, sehingga mereka harus mencari cara yang mudah dalam mempromosikan produknya (Musafira *et al.*, 2021).

Pengrajin di daerah ini juga membenarkan promosi yang dilakukan untuk memasarkan minyak kelapa Mandar produksinya di tempat pameran, pasar rakyat, penyampaian lisan ke masyarakat sekitar atau menghubungi kerabat di tempat lain melalui telpon atau pesan singkat. Beberapa diantara mereka yang sudah punya pelanggan tetap, ada yang memasarkan melalui media sosial, menurut Arafah and Subali (2023), salah satu metode pemasaran yang dinilai paling efektif dan efisien dalam mempromosikan produk atau jasa adalah melalui komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) yang diperkuat dengan penggunaan media daring (Syamsuri et al., 2022). Keunggulan pendekatan ini terletak pada sifatnya yang berdasarkan pengalaman nyata konsumen dalam menggunakan suatu produk atau layanan, sehingga memberikan pengaruh besar terhadap keputusan pembelian dan peningkatan penjualan

Dikatakan efektif karena kegiatan *Word of Mouth* didasari pada pengalaman seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga akan berdampak bagi produktivitas penjualan. Dari informasi tersebut, dapat diketahui bahwa sebagian besar penrajin minyak kelapa Mandar di Dusun Mombi, Desa Mombi Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar belum memanfaatkan tekhnologi informasi dalam menyusun strategi pemasaran terhadap produk mereka, sehingga mempengaruhi volume penjualan atas produknya. Permasalahan ini mendasari kajian penelitian strategi pengembangan yang diharapkan menjadi referensi dalam meningkatkan produktivitas penjualan minyak kelapa Mandar di Kabupaten Polewali Mandar.

Dipindai dengan CamScanner

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dijabarkan pada latar belakang, maka masalah yang dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi pengembangan usaha minyak Mandar pada Pasar Tradisional di Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai adalah merumuskan strategi pengembangan minyak mandar melalui pasar tradisional di Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar.

1. Mengetahui Strategi pengembangan usaha minyak Mandar pada Pasar Tradisional di Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar.

2. Mengetahui keberlanjutan usaha minyak Mandar pada Pasar Tradisional di Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam dua aspek utama, yakni secara teoritis dan secara praktis. Dari sisi teoritis, penelitian ini memperkaya wawasan ilmiah dalam bidang pengembangan ekonomi lokal dan strategi pemasaran produk berbasis kearifan lokal. Sementara itu, secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi berbagai pihak terkait dalam pengembangan Minyak Mandar melalui pemanfaatan pasar tradisional di Kecamatan Alu. Adapun manfaat yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoretis

a. Kontribusi terhadap Ilmu Manajemen Pemasaran dan Kewirausahaan Lokal Penelitian ini memperkaya kajian teoritis dalam bidang strategi pemasaran produk lokal, khususnya dalam konteks pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal (Minyak Mandar). Penelitian ini juga memberi sumbangan pada teori tentang strategi distribusi produk lokal melalui jaringan pasar tradisional.

Dipindai dengan CamScanner

b. Pengembangan Literatur Ekonomi Lokal

Kajian ini dapat menjadi rujukan akademik bagi penelitian serupa yang berfokus pada pengembangan potensi daerah, khususnya produk khas budaya lokal yang ingin dikembangkan secara berkelanjutan melalui pendekatan pemasaran kontekstual.

2. Secara Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha Minyak Mandar

Hasil penelitian ini memberikan masukan strategis yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha lokal untuk meningkatkan jangkauan distribusi, daya saing produk, dan meningkatkan penjualan melalui pemanfaatan pasar tradisional di wilayah Kecamatan Alu.

b. Bagi Pemerintah Daerah

Memberikan rekomendasi kebijakan berbasis data untuk mendukung pengembangan produk lokal, baik melalui pelatihan, promosi, maupun regulasi pasar agar lebih berpihak pada produk daerah seperti Minyak Mandar.

c. Bagi Pengelola Pasar Tradisional

Memberi panduan dalam menciptakan ruang dan peluang yang lebih besar untuk produk lokal agar mendapat tempat strategis di pasar tradisional, sekaligus memperkuat identitas pasar sebagai wadah pemberdayaan ekonomi lokal.

Dipindai dengan CamScanner

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Tanaman Kelapa

Tanaman kelapa *(Cocos Nucifera L.)* merupakan tanaman serbaguna yang seluruh bagian tanaman dapat dimanfaatkan untuk pemenuhan kebutuhan manusia. Buah kelapa terdiri atas sabut, tempurung, daging buah dan air kelapa tidak ada yang terbuang dan dapat dibuat untuk menghasilkan produk industri (Suhardiono, 1993).

Perkebunan kelapa menempati posisi kedua terluas di Indonesia setelah kelapa sawit. Sebagian besar hasil panen kelapa dimanfaatkan untuk konsumsi domestik dan sebagai bahan baku berbagai industri, terutama industri rumah tangga serta usaha kecil dan menengah (UKM). Kelapa menjadi komoditas strategis dalam mendukung diversifikasi produk, yang berkontribusi pada peningkatan nilai tambah ekonomi. Beberapa produk olahan yang dapat dikembangkan dari kelapa antara lain minyak kelapa murni (VCO), gula kelapa, produk oleokimia, kelapa parut kering, santan (coconut cream/milk), arang tempurung, karbon aktif, serta serat kelapa (Hariadi, 2007).

Sebagai bagian dari keluarga Arecaceae (suku pinang-pinangan), pohon kelapa memiliki keunikan karena semua bagiannya memiliki nilai guna. Mulai dari bunga, batang, pelepah, daun, buah hingga akarnya, semuanya dimanfaatkan untuk keperluan rumah tangga maupun industri (Rosmawati, 2018).

B. Minyak Kelapa

Minyak kelapa merupakan komponen paling bernilai dari buah kelapa, dan sering digunakan sebagai bahan dasar dalam pembuatan minyak goreng. Proses ekstraksi minyak dilakukan dari daging buah kelapa segar atau melalui pengeringan daging kelapa menjadi kopra. Kandungan minyak dalam kopra umumnya berkisar antara 60-65%, sedangkan daging kelapa segar memiliki kadar minyak sekitar 43% (Andaka, 2015).

Dipindai dengan CamScanner

Pengelolaan minyak kelapa secara umum dapat dilakukan melalui dua metode, yaitu metode kering metode basah. Pada metode kering, proses dilakukan dengan mengekstraksi minyak dari kopra menggunakan alat pengepres. Kualitas minyak yang dihasilkan sangat bergantung pada mutu kopra yang digunakan dan tahapan pemurniannya. Sementara itu, metode basah memanfaatkan santan kental yang diperoleh dari daging kelapa segar. Proses ini bisa dilakukan secara tradisional dengan pemanasan ataupun tanpa pemanasan. Pengolahan tradisional melalui pemanasan biasanya menghasilkan minyak dengan kualitas lebih rendah, karena kandungan air yang tinggi dalam santan dapat menyebabkan minyak cepat tengik (Che-Man et al., 1996).

Minyak kelapa murni (VCO) mengandung asam lemak rantai sedang yang mudah diserap dan diubah menjadi energi oleh tubuh, sehingga tidak mudah menumpuk sebagai lemak. Selain itu, minyak ini juga kaya akan antioksidan seperti tokoferol dan beta-karoten, yang berperan penting dalam memperlambat proses penuaan serta menjaga kesehatan tubuh secara menyeluruh (Setiaji & Prayugo, 2006).

C. Minyak Mandar

Suku Mandar merupakan kelompok etnis yang memiliki budaya maritim yang kuat dan berasal dari wilayah Sulawesi Barat. Menurut Yahya (2013), istilah "Mandar" memiliki dua kemungkinan asal-usul secara linguistik. Pertama, nama tersebut diduga berasal dari nama Sungai Mandar, yang hulunya berada di wilayah Malunda, Kabupaten Majene, dan bermuara di Kota Tinambung. Kedua, secara etimologis berasal dari bahasa Hindu, terdiri atas dua kata yaitu *man* dan *dhar*, yang jika digabung menjadi *dharman*, berarti "memiliki penduduk". Berdasarkan dua pandangan ini, nama "Mandar" dapat diartikan sebagai sebuah identitas yang mengacu pada wilayah geografis (tanah Mandar) sekaligus komunitas sosialnya (masyarakat Mandar) (Rahman & Kandatong, 2022).

Dipindai dengan CamScanner

Letak geografis wilayah asal Suku Mandar menuntut masyarakatnya untuk terus berinovasi dan memanfaatkan potensi sumber daya laut demi kelangsungan hidup. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika Suku Mandar memiliki keragaman budaya maritim yang cukup kuat. Walaupun Suku Mandar bukan satu-satunya kelompok etnis maritim di Sulawesi karena masih terdapat lima suku lain dengan karakteristik serupa namun ada perbedaan mencolok yang membedakan Mandar dari yang lain. Perbedaan tersebut terletak pada kondisi perairannya, dimana wilayah Suku Mandar secara langsung berbatasan dengan laut dalam, yaitu Selat Makassar (Erni *et al.*, 2014).

Minyak mandar merupakan produk berbasis kearifan lokal masyarakat etnis Mandar yang memiliki ciri khas tersendiri (Haeruddin *et al.*, 2019). Produk ini tidak hanya mewarisi nilai-nilai budaya dari generasi sebelumnya, tetapi juga dikenal karena aromanya yang unik dan khas berbeda dengan minyak kelapa sawit yang umumnya beredar di pasaran (Musmawati et al., 2021). Sebagai salah satu produk unggulan dari Kabupaten Majene, minyak kelapa Mandar di proses secara tradisional tanpa tambahan bahan pengawet, sehingga menghasilkan aroma alami yang menjadi daya tarik tersendiri (Dahlia & Nuraeni, 2023).

Gambar 1.1 Proses Pembuatan Minyak Mandar



Dipindai dengan CamScanner

Minyak Mandar adalah minyak goreng lokal daerah Mandar yang diproduksi dengan cara tradisional serta melalui proses ekstraksi santan kelapa yang kemudian dimasak dalam kurun waktu kurang lebih enam jam sehingga menghasilkan ampas yang berasal dari endapan santan serta menghasilkan cairan berupa minyak (Said et al., 2018). Proses pembuatan minyak mandar dapat dilihat Gambar 2.1. Minyak mandar dibuat dengan cara memasak santan kelapa segar yang dimasak selama kurang lebih 5-6 jam, waktu memasak minyak mandar tergantung kapasitas bahan baku yang dimasak, biasanya 50 butir kelapa akan menghasilkan 8 liter minyak mandar (Muslim & Darwis, 2023). Pembuatan minyak mandar masih diproduksi secara tradisional dengan teknologi proses pengolahan yang masih sangat terbatas, sehingga diperlukan teknologi yang dapat meningkatkan kualitas minyak mandar (Muslim & Darwis, 2022). Hal ini dapat dilihat dalam proses produksi ekstrak santan dari kelapa dalam masih menggunakan parutan sederhana kemudian diperas dan dimasak dalam waktu kurang lebih enam jam sehingga menghasilkan endapan ampas dan cairan minyak Mandar (Said et al., 2023).

Minyak Mandar memiliki daya simpan yang bervariasi tergantung perlakuan dan suhu yang digunakan pada proses produksi. Dari hasil studi di daerah Tulu, Kabupaten Majene, minyak Mandar bertahan dalam suhu ruang selama 1 bulan 12 hari. Makin lama minyak Mandar disimpan makin turun kualitas minyak tersebut (Musafira, *et a*l., 2020). Selain suhu ruang, kemasan juga berpengaruh terhadap daya simpan produk minyak goreng. Hal ini karena kemasan berpengaruh secara langsung terhadap kualitas minyak, dalam hal ini kemasan berfungsi melindungi produk dari cahaya dan oksigen sebagai faktor yang menginduksi kerusakan oksidasi (Sanmartin et al., 2018).

Minyak Mandar memiliki harga yang bervariasi di pasaran dan mengalami fluktuasi seiring harga bahan baku yang meningkat serta mengikuti

Dipindai dengan CamScanner

harga minyak nasional. Tercatat pada tahun 2018 harga minyak Mandar dengan kemasan botol bekas di Desa Camba Utara, Kecamatan Banggae, Kabupaten Majene senilai Rp. 15.000 (Dahlia & Nuraeni, 2018). Sedangkan minyak Mandar dengan kemasan jerigen di Desa Lombang Timur, Kabupaten Majene senilai Rp. 65.000 per jerigen (Indrayana et al., 2024). Pada tahun 2023, produk minyak Mandar dengan kemasan perkilo beredar di pasaran dengan harga Rp. 18.000 (Muslim & Darwis, 2024).

D. Strategi Pengembangan

Berdasarkan etimologi, kata "Strategi" berasal dari bahasa yunani *Strategia,* yang merupakan gabungan dari kata *stratos* (militer) dan *ag* (pemimpin), yang secara umum dapat dimaknai sebagai seni atau ilmu dalam kepemimpinan militer. Dalam konteks yang lebih luas, strategi diartikan sebagai suatu rencana terpadu mengenai alokasi dan pemanfaatan sumber daya, baik kekuatan maupun material, pada wilayah-wilayah tertentu demi mencapai sasaran yang telah ditentukan.

Strategi pengembangan merupakan bentuk tindakan terencana yang membutuhkan keputusan dari pihak manajemen tingkat atas, yang bertujuan untuk memperluas atau memajukan suatu usaha. Karena berkaitan langsung dengan arah masa depan organisasi, strategi pengembangan bersifat jangka panjang dan biasanya dirancang untuk periode lima tahun atau lebih. Strategi ini memiliki peran penting dalam proses perumusan kebijakan, dengan mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi kinerja organisasi (David, 2004).

Sementara itu, perumusan strategi merupakan proses penyusunan rencana jangka panjang yang bertujuan mengelola secara efektif peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal, dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Strategi yang dihasilkan bersifat lebih spesifik dan disesuaikan dengan bidang fungsional manajemen yang dijalankan (Hunger & Wheelen, 2003).

Dipindai dengan CamScanner

Perumusan strategi melibatkan sejumlah tahapan penting, di antaranya adalah merumuskan visi dan misi usaha, menganalisis peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal, serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal organisasi. Selain itu, proses ini juga mencakup penetapan tujuan jangka panjang, penyusunan berbagai alternatif strategi, dan pemilihan strategi yang paling tepat untuk diterapkan (David, 2004).

E. Pengolahan Minyak Kelapa

Produk turunan dari kelapa memiliki beragam bentuk pemanfaatan, antara lain sebesar 34,7% digunakan untuk produksi santan, sekitar 80% untuk minyak klentik, dan 57,3% untuk pembuatan minyak kopra (Sumaatmaja, 1984). Dalam proses pengolahan kelapa segar menjadi minyak klentik, terdapat sejumlah besar bahan sisa yang belum dimanfaatkan secara optimal. Selama proses ini, kehilangan kandungan protein dan minyak cukup signifikan, terutama karena sebagian besar tertinggal dalam ampas dan sebagian lainnya berada dalam *bludu* (endapan atau sisa santan setelah dimasak). Pembuatan minyak klentik secara tradisional dilakukan dengan merebus santan hingga menghasilkan lapisan atas berupa krim, kemudian didinginkan hingga minyak terpisah dari *bludu*. Setelah itu, *bludu* dipisahkan dan dapat dipres untuk mendapatkan sisa minyak. Dalam kondisi kadar air 13,8%, *bludu* mengandung sekitar 22,2% protein dan 7,5% minyak. Namun, jika dikeringkan hingga kadar air menurun menjadi 7% (seperti kopra), kandungan proteinnya meningkat menjadi 43,8% dan 14,8%.

Minyak kelapa dapat diperoleh dari pengolahan daging buah kelapa segar (bagian putih lembaga) maupun dari kopra yang telah dikeringkan. Teknik pengolahan minyak kelapa ini sangat beragam, mulai dari metode tradisional hingga metode modern dengan teknologi canggih (Syahmidarni, 2023). Pemilihan metode tergantung pada karakteristik fisik bahan baku yang

Dipindai dengan CamScanner

digunakan dalam proses produksi. Meskipun teknologi industri telah berkembang pesat, masyarakat di pedesaan masih cenderung mempertahankan metode tradisional dalam memproduksi minyak kelapa, khususnya melalui proses basah. Pilihan ini dianggap lebih sesuai dengan keterbatasan mereka, baik dari segi keterampilan maupun modal yang tersedia. Proses pembuatan minyak kelapa secara tradisional terdiri atas beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Pemanenan dan Pengupasan Kelapa. Kelapa yang sudah matang dipanen, kemudian dipisahkan antara sabut dan tempurungnya. Proses pengupasan sabut biasanya dilakukan menggunakan linggis yang bagian tajamnya menghadap ke atas, atau bisa juga menggunakan alat dari kayu yang dirancang khusus untuk tujuan tersebut.
2. Pemarutan daging Kelapa. Daging buah kelapa diparut untuk memperkecil ukurannya dan merusak struktur sel sehingga memudahkan keluarnya minyak.
3. Ekstraksi santan. Kelapa parut dimasukkan ke dalam wadah seperti panci besar atau dibungkus dengan kain, lalu diperas hingga menghasilkan santan dan ampas.
4. Ekstraksi ulang. Untuk meningkatkan jumlah santan, ampas kelapa ditambahkan air secukupnya lalu diperas kembali. Proses ini dapat diulang beberapa kali hingga diperkirakan kandungan santan dalam ampas telah habis.
5. Pemanasan santan. Seluruh santan dikumpulkan dalam wadah besar seperti wajan, kemudian dipanaskan untuk menguapkan kandungan airnya. Proses ini dilakukan hingga tersisa minyak dan endapan.
6. Pemisahan minyak dan Blondo. Setelah pemanasan, akan tersisa dua bagian: minyak kelapa dan endapan kental yang disebut *blondo*. Minyak dikumpulkan dalam wadah yang telah disiapkan, sementara blondo masih dapat diperas untuk memperoleh sisa minyak. Endapan padat dari proses ini dikenal sebagai *kethak*.
7. Pengemasan. Tahap akhir adalah menuangkan minyak kelapa ke dalam wadah kemasan seperti botol, atau kaleng sesuai ukuran yang diinginkan.

Dipindai dengan CamScanner

F. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah wadah dimana penjual dan pembeli berinteraksi secara langsung dalam melakukan transaksi. Namun, keberadaan pasar tradisional kini menghadapi tantangan yang semakin besar seiring dengan menjamurnya toko ritel modern seperti Alfamidi dan Alfamart di sekitar wilayah pasar. Selain bersaing dengan toko modern, para pedagang di pasar tradisional juga bersaing antar sesama pedagang. Untuk bertahan, pedagang komoditas seperti sayuran, buah-buahan, dan bahan pokok menerapkan berbagai strategi rasional guna mengatasi tekanan persaingan tersebut (Dahniar *et al.*, 2024).

Secara umum, pasar dapat dipahami sebagai tempat berkumpulnya penjual dan pembeli yang saling melakukan interaksi dan tawar-menawar sehingga tercipta harga suatu barang. Berdasarkan bentuk dan sistem transaksinya, pasar dibedakan menjadi dua jenis utama: pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional ditandai dengan aktivitas jual beli yang berlangsung secara sederhana, di mana proses tawar-menawar masih menjadi bagian penting dari transaksi, dan pembayaran biasanya dilakukan secara tunai (Prianto, 2008).

Pasar tradisional di Polewali Mandar, Sulawesi Barat, merupakan pusat ekonomi dan sosial yang memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat lokal. Pasar ini tidak hanya menjadi tempat jual beli barang, tetapi juga sebagai pusat interaksi sosial dan budaya, yang mencerminkan karakter dan kearifan lokal masyarakat Mandar. Teori tentang pasar tradisional di Mandar menggabungkan aspek ekonomi, sosial, budaya, dan ekologis yang menjadi ciri khas pasar tradisional di wilayah ini. Pasar ini bukan hanya pusat transaksi ekonomi tetapi juga simbol kearifan lokal, ketahanan budaya, dan keseimbangan ekologi yang sangat penting bagi masyarakat. Dalam era modernisasi dan globalisasi, pasar tradisional Mandar menunjukkan resistensi sekaligus adaptabilitas yang memperkaya dan memperkuat identitas komunitas lokal.

Dipindai dengan CamScanner

Pasar tradisional di Mandar memainkan peran penting dalam perekonomian lokal. Di sini, transaksi ekonomi membantu meningkatkan pendapatan bagi para pedagang kecil, petani, nelayan, dan pengrajin. Beberapa manfaat ekonomi dari pasar tradisional Mandar, antara lain:

a) Sumber Pendapatan bagi Pedagang Kecil: Pedagang di pasar tradisional mayoritas adalah pelaku usaha kecil yang bergantung pada pasar untuk memperoleh pendapatan sehari-hari.
b) Distribusi Produk Lokal: Pasar tradisional menjadi jalur distribusi utama untuk produk-produk lokal seperti ikan, hasil pertanian, dan kerajinan.
c) Penyerapan Tenaga Kerja: Pasar tradisional membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat, baik sebagai pedagang, pengelola pasar, maupun pekerja harian yang membantu di pasar.

Salah satu persoalan sosial yang menimpa di kota yaitu sektor informal. Sektor informal terdiri dari unit berskala kecil yang menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa dengan tujuan pokok menciptakan kesempatan kerja dan pendapatan bagi diri sendiri dan dalam usahanya itu sangat dihadapkan berbagai kendala seperti modal fisik, faktor pengetahuan, dan faktor keterampilan (Pagala & Nurdiyah, 2024).

G. Kajian Pustaka

Berbagai penelitian yang dilakukan oleh para sarjana di bidang ekonomi dan agribisnis telah menggali tentang Strategi Pengembangan Minyak Mandar Melalui Pasar Tradisional Di Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar. Kajian-kajian tersebut telah mengkaji variabel-variabel dan analisis swot. Kajian mendalam terhadap studi individu akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang nuansa dan temuan terkait Strategi Pengembangan Minyak Mandar Melalui Pasar Tradisional Di Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar. Untuk lebih detail mengenai penelitian-penelitian tersebut, dapat ditemukan pada deskripsi di bawah ini :

Dipindai dengan CamScanner

Menurut Syamsuri et al. (2022), penelitian mereka yang berjudul *"Peluang Wirausaha Diversifikasi Olahan Pangan Tradisional Berbasis Kearifan Lokal oleh Suku Mandar di Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat, Indonesia"* bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai jenis pangan tradisional yang berakar pada kearifan lokal dan memiliki potensi sebagai usaha wirausaha di kalangan masyarakat Suku Mandar. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung dan wawancara kepada responden, guna memperoleh informasi yang valid dan mendalam. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis secara kualitatif. Hasil studi menunjukkan bahwa terdapat enam jenis produk pangan tradisional berbasis kearifan lokal yang berhasil diidentifikasi di lokasi penelitian, yaitu *Bau Peapi*, *Jepa*, *Golla Kambu*, *Pupuq Mandar*, *Loka Anjoroi*, dan *Cindolo Kacunda*. Teknik pengolahan dan alat yang digunakan dalam proses pembuatan produk-produk ini masih tergolong sederhana. Meskipun demikian, keenam jenis makanan tersebut memiliki nilai jual yang baik dan digemari oleh masyarakat, sehingga memberikan nilai ekonomi tambahan pada bahan baku yang digunakan. Dengan demikian, olahan pangan tradisional ini memiliki potensi sebagai peluang usaha yang dapat berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga di kalangan masyarakat Mandar.

Tiffany et al. (2023) dalam laporan kegiatan bertajuk *"Pendampingan Pengembangan Komoditas Lokal Pertanian Virgin Coconut Oil (VCO) di Desa Katumbangan, Kecamatan Campalagian, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat"*, mengangkat persoalan kurangnya inovasi dalam pengolahan hasil kelapa oleh masyarakat Desa. Salah satu solusi yang ditawarkan adalah pengembangan VCO (Virgin Coconut Oil) sebagai produk olahan alternatif yang berpotensi meningkatkan kualitas hidup masyarakat, baik dari aspek kesehatan maupun ekonomi. Kegiatan pengabdian dilakukan melalui pendampingan yang berfokus pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan warga dalam memproduksi VCO. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta telah mampu memproduksi VCO secara mandiri. Selain itu, baik masyarakat maupun pemerintah Desa menunjukkan

Dipindai dengan CamScanner

antusiasme tinggi dan merespons positif dengan merencanakan pengembangan VCO sebagai salah satu produk unggulan Desa, selain produk kelapa tradisional seperti kopra.

Purnama et al. (2024) dalam kegiatan *"Pendampingan dan Pelatihan Pembuatan Sabut Kelapa Menjadi Media Tanam (Cocopeat) di Desa Tammangalle, Kecamatan Balanipa, Kabupaten Polewali Mandar"*, menyoroti permasalahan penumpukan limbah sabut kelapa di wilayah tersebut. Limbah ini umumnya belum dimanfaatkan secara optimal dan hanya digunakan untuk keperluan membakar sampah atau makanan. Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk: (1) memberikan pelatihan kepada masyarakat agar mampu mengolah limbah serabut kelapa menjadi produk bernilai ekonomi seperti media tanam cocopeat dan cocofiber; (2) meningkatkan kesadaran serta pengetahuan masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan limbah secara berkelanjutan; dan (3) menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan sehat, bebas dari limbah yang berpotensi menjadi sumber penyakit. Selain memberikan manfaat langsung kepada masyarakat, kegiatan PKM ini juga mendukung implementasi program *Kampus Merdeka* melalui skema *Membangun Desa*. Mahasiswa dilibatkan dalam proses pengabdian sebagai bentuk pengalaman belajar di luar kampus. Kegiatan ini sekaligus berkontribusi terhadap pencapaian *Indikator Kinerja Utama (IKU)* perguruan tinggi, baik dalam hal keterlibatan mahasiswa maupun peran dosen dalam mentransfer pengetahuan yang aplikatif kepada masyarakat.

Fauziah et al. (2023) dalam penelitiannya yang berjudul *"Komposisi Asam Lemak dan Pengaruh Penggunaan Berulang terhadap Kualitas Minyak Goreng Tradisional Mandar"*, bertujuan untuk mengevaluasi komposisi asam lemak serta menilai dampak penggunaan berulang terhadap mutu minyak kelapa tradisional khas Mandar. Penelitian ini menggunakan pendekatan eksperimen dengan rancangan acak lengkap (RAL). Pengujian dilakukan menggunakan teknik penggorengan *deep fat frying* dengan total minyak sebanyak 9 liter. Bahan yang digunakan untuk penggorengan adalah pisang kepok seberat total 9 kg, yang digoreng pada suhu konstan 180°C selama 10 menit di setiap siklus. Terdapat jeda waktu 5 menit antar siklus, dan proses

Dipindai dengan CamScanner

ini dilakukan sebanyak 9 kali dalam satu hari. Parameter utama yang dianalisis mencakup kadar asam lemak bebas (ALB) dan profil asam lemak pada minyak kelapa tradisional Mandar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minyak kelapa tradisional Mandar memiliki dominasi kandungan asam lemak jenuh sebesar 76,49%, sementara asam lemak tak jenuhnya hanya sebesar 0,59%. Selama proses penggorengan berulang hingga sembilan kali, kadar ALB tidak mengalami perubahan signifikan secara statistik ($p>0,05$). Oleh karena itu, minyak kelapa tradisional Mandar dinyatakan masih layak digunakan untuk keperluan menggoreng hingga sembilan kali pemakaian.

Masniati dan Erwin (2022) dalam kegiatan pengabdian masyarakat berjudul *"Empowerment of Tammangalle Village Health Cadres Group Through the Making of Virgin Coconut Oil (VCO) as an Alternative to Prevent the COVID-19 Virus"*, mengidentifikasi sejumlah permasalahan utama yang dihadapi oleh kelompok mitra di Desa Tammangalle. Permasalahan tersebut antara lain: (1) meskipun anggota kelompok telah memiliki keterampilan dasar dalam membuat VCO, namun hasil produksi sering mengalami kegagalan; (2) kualitas VCO yang dihasilkan tidak jernih dan cenderung cepat tengik; (3) kelompok belum pernah memperoleh pendampingan secara teknis, sehingga kapasitas mereka dalam produksi VCO masih terbatas; (4) proses produksi masih dilakukan secara individu tanpa ada manajemen kelompok yang terstruktur; dan (5) aspek pemasaran produk masih menjadi kendala utama dalam pengembangan wirausaha, yang turut menyebabkan rendahnya keberhasilan usaha. Melalui kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini, dilakukan transfer ilmu, keterampilan, dan penguasaan teknologi kepada kelompok mitra. Pendampingan tersebut mendorong anggota kelompok untuk memanfaatkan potensi lokal secara lebih optimal, serta menumbuhkan inovasi yang relevan dengan kebutuhan masa pandemi. Dampak dari kegiatan ini adalah terbentuknya unit usaha kelompok kader kesehatan yang memproduksi VCO secara mandiri di Desa Tammangalle. Pagala dan Nurdiyah (2024) dalam kegiatan bertajuk *"Pengembangan Home Industri Minyak Mandar melalui Inovasi Teknologi Pengolahan Virgin Coconut Oil (VCO)"* mengangkat pentingnya inovasi

Dipindai dengan CamScanner

dalam pengolahan kelapa, khususnya untuk meningkatkan nilai tambah bagi pelaku usaha minyak kelapa tradisional di wilayah Mandar. Pelatihan difokuskan pada teknik pembuatan VCO sebagai bentuk pengembangan dari proses pengolahan minyak kelapa yang selama ini masih dilakukan secara tradisional. Inovasi pengolahan yang diperkenalkan adalah metode fermentasi dengan bantuan bakteri probiotik. Teknik ini memungkinkan diperolehnya dua jenis produk sekaligus dari bahan baku yang sama, yaitu Virgin Coconut Oil (VCO) dan *blondo* (ampas hasil fermentasi), yang selanjutnya dapat diolah kembali menjadi minyak Mandar. Dengan demikian, proses ini tidak hanya menghasilkan produk modern yang bernilai jual tinggi, tetapi juga tetap mempertahankan produksi minyak tradisional yang telah diwariskan secara turun-temurun. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah mendukung pengembangan usaha rumah tangga (home industry) penghasil minyak Mandar agar mampu meningkatkan daya saing produk melalui diversifikasi olahan kelapa. Inovasi ini diharapkan dapat mendorong peningkatan pendapatan pelaku usaha tanpa harus mengabaikan praktik-praktik tradisional yang telah lama menjadi bagian dari budaya produksi lokal. Dahniar et al. (2024) dalam studi berjudul *"Produksi dan Pendapatan Industri Rumah Tangga Minyak Kelapa Mandar di Kabupaten Majene"*, bertujuan untuk menggambarkan secara rinci proses produksi minyak Mandar serta menganalisis tingkat pendapatan pelaku industri rumah tangga. Penelitian ini melibatkan delapan responden yang telah menjalankan usaha pembuatan minyak kelapa tradisional selama lebih dari satu dekade. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, dengan metode analisis yang meliputi perhitungan biaya, penerimaan, dan pendapatan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses produksi dilakukan melalui metode ekstraksi basah, namun masih terdapat beberapa kendala yang cukup signifikan, terutama pada aspek sanitasi, efisiensi tahapan proses, dan pengemasan produk akhir. Dari sisi ekonomi, diketahui bahwa pendapatan utama industri ini tergolong rendah. Hanya sekitar 10% dari total pendapatan berasal dari produk utama (minyak), sementara 90% lainnya bersumber dari produk samping (by-product). Rata-rata pendapatan bulanan pelaku usaha

Dipindai dengan CamScanner

mencapai Rp3.776.506, dengan volume produksi sekitar 371,25 liter per bulan atau setara 15 liter per hari. Analisis kelayakan usaha menunjukkan nilai R/C ratio sebesar 1,32 yang mengindikasikan bahwa kegiatan ini secara finansial tergolong menguntungkan karena nilai R/C > 1. Namun, dari sisi efisiensi pendapatan, usaha ini dinilai belum optimal karena nilai B/C ratio hanya 0,32, yang berarti keuntungan bersihnya masih rendah dan belum layak dari sudut pandang investasi berbasis pendapatan.

Fitriany et al. (2024) dalam penelitiannya yang berjudul *"Pengembangan Produk Minyak Goreng Mandar di Tengah Kelangkaan dan Mahalnya Minyak Goreng Sawit (Crude Palm Oil) di Kabupaten Polewali Mandar"*, bertujuan untuk mengkaji alternatif penyediaan minyak goreng lokal sebagai respons terhadap krisis kelangkaan dan tingginya harga minyak sawit di pasaran. Inisiatif ini dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat oleh Kementerian Perdagangan, dengan mempromosikan *Minyak Goreng Lomo Mandar* produk lokal hasil produksi masyarakat Polewali Mandar. Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dengan populasi penelitian mencakup produsen dan konsumen minyak goreng Lomo Mandar. Sampel diambil secara purposif dan melibatkan 36 responden. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner yang memuat lima variabel utama: orientasi pasar, inovasi, kualitas produk, strategi bisnis, dan keunggulan bersaing. Temuan penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar berperan penting dalam memahami preferensi konsumen, melibatkan mereka dalam proses pengembangan produk, serta menyesuaikan produk dengan dinamika kebutuhan pasar. Sebagian besar responden dalam industri minyak Mandar menyadari pentingnya menjaga kualitas produk, menerapkan strategi bisnis yang adaptif, dan memperkuat keunggulan kompetitif. Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah aspek yang perlu diperbaiki, seperti optimalisasi umpan balik konsumen dalam pengembangan produk, pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan, serta perlunya perencanaan strategis jangka panjang untuk meningkatkan standar mutu produk secara berkelanjutan. Kesimpulannya, orientasi pasar, inovasi, dan kualitas produk terbukti memiliki hubungan positif dan signifikan

Dipindai dengan CamScanner

terhadap keunggulan bersaing, di mana strategi bisnis menjadi variabel penguat yang memperkuat hubungan tersebut. Ilham (2023) dalam penelitiannya yang berjudul *"Pengembangan Media E-Book Pembuatan Minyak Mandar pada Mata Pelajaran Kewirausahaan Kelas XI SMK Negeri 5 Majene"*, bertujuan untuk mengembangkan dan mengevaluasi media pembelajaran berbentuk e-book yang membahas proses pembuatan minyak Mandar. Tujuan utama dari penelitian ini mencakup: (1) menganalisis kebutuhan siswa terhadap media pembelajaran digital berupa e-book, (2) merancang desain media e-book sesuai dengan topik kewirausahaan, dan (3) menilai validitas serta kepraktisan media tersebut dalam konteks pembelajaran.

Pengembangan e-book ini menggunakan model pengembangan 4D yang terdiri atas tahap *define, design, development*, dan *disseminate*. Penelitian dilakukan di SMK Negeri 5 Majene, dengan melibatkan beberapa subjek, yaitu validator dari kalangan ahli media dan ahli materi, siswa kelas XI yang mengikuti mata pelajaran kewirausahaan, serta guru mata pelajaran yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kebutuhan siswa terhadap media e-book berada pada kategori "sangat dibutuhkan". Validasi yang dilakukan oleh para ahli, baik dari aspek media maupun isi materi, juga menunjukkan hasil yang sangat baik. Pada tahap uji coba terbatas (kelompok kecil) maupun uji coba luas (kelompok besar), media e-book memperoleh penilaian dalam kategori "sangat baik". Tanggapan dari guru mata pelajaran kewirausahaan juga berada pada tingkat penilaian yang sangat baik. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa media e-book yang dikembangkan tidak hanya memenuhi kebutuhan pembelajaran, tetapi juga dinilai valid dan praktis untuk digunakan dalam mendukung proses pembelajaran kewirausahaan yang kontekstual, khususnya dalam materi berbasis potensi lokal seperti pembuatan minyak Mandar. Fitri Indhasari et al. (2024) dalam kegiatan pengabdian bertajuk *"Pendampingan Industri Rumah Tangga dalam Pengolahan Minyak Mandar"* menerapkan pendekatan pelatihan langsung dan pendampingan intensif kepada masyarakat. Program ini melibatkan 20 rumah tangga dalam berbagai aspek produksi, mulai dari

Dipindai dengan CamScanner

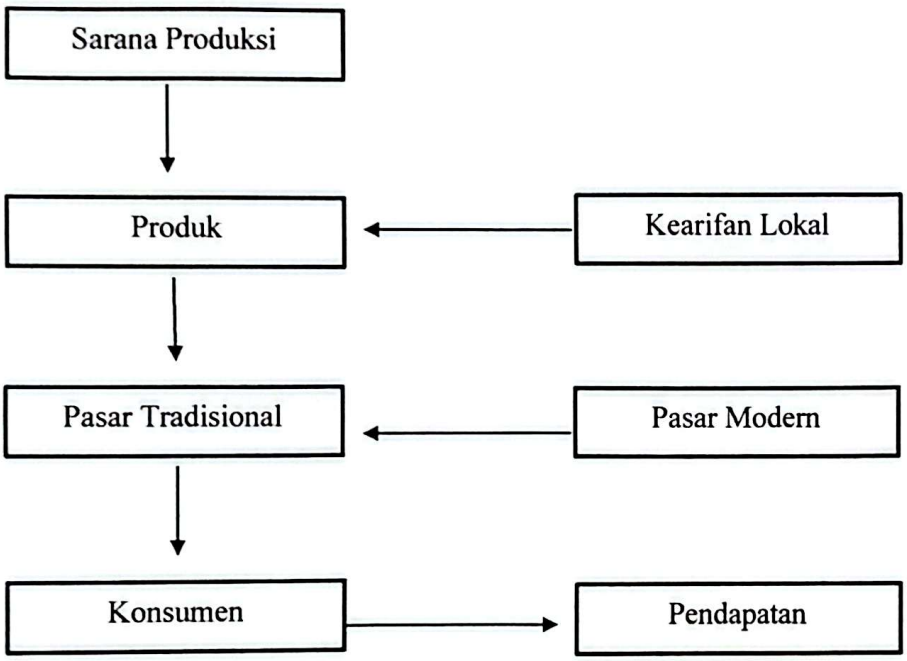
pemilihan bahan baku, penerapan teknik pengolahan, hingga strategi pemasaran produk minyak Mandar. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterampilan teknis serta mutu produk yang dihasilkan. Sebanyak 85% peserta pelatihan dilaporkan telah mampu memproduksi minyak secara mandiri. Selain itu, partisipasi rumah tangga dalam kegiatan produksi mengalami peningkatan dari semula hanya 7 menjadi 20 rumah tangga aktif. Meskipun demikian, kegiatan ini masih menghadapi kendala dalam aspek teknologi dan sistem distribusi, yang secara langsung memengaruhi efisiensi kapasitas produksi dan perluasan pasar. Secara umum, program ini dinilai berhasil dalam memberdayakan masyarakat, baik secara ekonomi maupun sosial. Salah satu rekomendasi utama dari kegiatan ini adalah perlunya pengembangan strategi pemasaran digital sebagai upaya untuk memperluas jangkauan dan daya saing produk minyak Mandar di pasar yang lebih luas. Berdasarkan kajian pustaka yang telah diuraikan sebelumnya, dapat dikonfirmasi bahwa penelitian ini memiliki sejumlah kesamaan maupun perbedaan dengan penelitian-penelitian terdahulu. Persamaan terutama terlihat pada penggunaan beberapa variabel penelitian yang serupa, baik variabel bebas (independen) maupun variabel terikat (dependen), serta kesamaan fokus kajian yang membahas strategi pengembangan produk minyak Mandar. Namun demikian, penelitian ini juga memiliki karakteristik yang membedakannya dari penelitian sebelumnya. Perbedaan pertama terletak pada objek penelitian, di mana hingga saat ini belum ditemukan studi yang secara spesifik meneliti *Strategi Pengembangan Minyak Mandar melalui Pemanfaatan Pasar Tradisional di Kecamatan Alu, Kabupaten Polewali Mandar*. Perbedaan kedua menyangkut pendekatan dan teknik analisis yang digunakan, yaitu pemanfaatan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan, serta penggunaan pendekatan *Mixed Methods* sebagai metode penelitian, yang menggabungkan unsur kualitatif dan kuantitatif secara terpadu. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi baru dari segi wilayah kajian dan pendekatan metodologis, tetapi juga memperkaya literatur terkait strategi pengembangan produk berbasis kearifan lokal di daerah pedesaan.

Dipindai dengan CamScanner

H. Kerangka Pemikiran

1. Dalam pengembangan minyak kelapa mandar dapat di produksi dengan baik dengan ketersediaan sarana prasarana produksi, melakukan pengolahan hasil untuk dapat meningkatkan nilai daya jual atau barang, dan memperluas jangkauan pemasaran dan kemasan produk untuk meningkatkan daya beli konsumen terutama pada kualitas produk minyak kelapa mandar (Haeruddin *et al.*, 2019).
2. Kearifan lokal masyarakat Mandar dalam mengelolah minyak kelapa mandar merupakan sebuah kekayaan oleh suku mandar yang berasal dari hasil produksi kearifan lokal masyarakat yang diakui memiliki keunggulan atau ciri khas tersendiri dan menjadi kebanggaan masyarakat etnis mandar. Dan memiliki ketersediaan bahan baku utama minyak mandar yaitu kelapa masih sangat banyak di budidaya oleh masyarakat pesisir. Sepanjang wilayah pesisir ditumbuhi pohon kelapa yang masih sangat menjanjikan untuk dijadikan sebagai peluang usaha yang dapat dimanfaatkan masyarakat etnis mandar (Mukarrama,2018).

Dipindai dengan CamScanner



Gambar 2. Pengembangan Minyak Mandar Melalui Pasar Tradisional di Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar.

Dipindai dengan CamScanner

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu

Penelitian ini adalah penelitian dibidang pengembangan minyak kelapa mandar dengan perhatian pada strategi pengembangan minyak mandar di Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar. Lokasi penelitian ini terletak di Kecamatan Alu Kabupaten Polewali Mandar. Kegiatan penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan Agustus sampai September 2024. Alasan penentuan lokasi tersebut berdasarkan pertimbangan bahwa Kecamatan Alu, merupakan daerah sentra penghasil minyak mandar di Kabupaten Polewali Mandar.

B. Metode Penentuan Responden

Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *non-probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*. Pemilihan teknik ini didasarkan pada pertimbangan peneliti untuk secara sengaja menentukan individu-individu yang dianggap memenuhi kriteria tertentu dan relevan dengan kebutuhan data penelitian. Teknik ini dipilih karena kemudahannya dalam pelaksanaan, kesesuaiannya dengan desain penelitian, serta memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang valid dari subjek yang dinilai mampu memberikan data yang akurat (Yusuf, 2017). Responden dalam penelitian ini mencakup individu-individu yang memiliki pemahaman mendalam terhadap proses produksi, serta keterlibatan langsung atau pengetahuan yang cukup mengenai upaya pengembangan minyak kelapa Mandar. Informasi yang diperoleh dari responden ini digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisis strategi pengembangan dan menyusun prioritas strategi yang paling tepat untuk diterapkan oleh pelaku usaha minyak kelapa Mandar. Mengacu pada kondisi lapangan, jumlah populasi usaha minyak Mandar tergolong kecil, yakni kurang dari 100 pelaku. Oleh karena itu, dalam penelitian ini melibatkan seluruh anggota kelompok usaha minyak Mandar yang aktif, yaitu sebanyak 20 orang.

Dipindai dengan CamScanner

C. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi pengembangan usaha minyak Mandar, serta menentukan strategi yang tepat berdasarkan analisis SWOT dan Matriks IE. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman melalui pembobotan dan penilaian dalam bentuk skor.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan mulai dari observasi (pengamatan secara langsung), wawancara kepada pihak terkait, diantaranya penrajin minyak kelapa Mandar, perangkat Pemerintah di lokasi penelitian termasuk Dinas Pertanian dan Pangan bidang perkebunan Kabupaten Polewali Mandar. Dalam pengumpulan data terdapat dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari sumber pertama tanpa melalui perantara. Menurut Sugiyono (2018), data primer merupakan informasi yang dikumpulkan secara langsung dari responden melalui wawancara maupun observasi lapangan. Dalam konteks penelitian ini, data primer diperoleh dari para pengrajin minyak kelapa Mandar melalui interaksi langsung. Informasi yang dikumpulkan mencakup berbagai aspek terkait sumber daya yang digunakan, seperti ketersediaan bahan baku, permodalan, dan tenaga kerja. Selain itu, data juga mencakup kegiatan pengembangan usaha, meliputi jenis produk yang dihasilkan, ukuran dan bentuk kemasan, saluran distribusi yang digunakan, cakupan wilayah pemasaran, kemitraan dalam penjualan produk, strategi penetapan harga, metode promosi, pelayanan konsumen, serta inovasi dalam pengembangan produk.

Observasi langsung dilakukan di Lokasi penelitian, yaitu dusun Mombi, dengan tujuan untuk memahami secara empiris proses produksi

Dipindai dengan CamScanner

minyak kelapa Mandar, mulai dari tahapan awal hingga produk akhir. Observasi ini juga membantu peneliti dalam mengkonfirmasi data yang diperoleh melalui wawancara, serta menangkap dinamika yang tidak tertulis namun relevan terhadap strategi pengembangan usaha pengrajin.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian penelitian ini diperoleh secara tidak langsung melalui pihak ketiga atau perantara, dan berfungsi sebagai pelengkap untuk mendukung dan memperkuat temuan dari data primer. Sumber data sekunder mencakup hasil-hasil penelitian terdahulu, artikel ilmiah yang relevan, serta dokumen dari lembaga atau instansi yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Informasi yang dikumpulkan melalui data sekunder meliputi antara lain rata-rata tingkat konsumsi minyak kelapa di Kabupaten Polewali Mandar, data mengenai distribusi dan konsumsi minyak goreng kemasan bermerek, serta berbagai informasi lain yang mendukung analisis strategi pengembangan minyak kelapa Mandar. Data ini juga mencakup rujukan terhadap alat analisis yang digunakan dalam merumuskan strategi pengembangan yang tepat dan kontekstual bagi pelaku usaha minyak kelapa Mandar.

E. Metode Analisis

Untuk menjawab tujuan pertama dalam penelitian ini, digunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) sebagai alat untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi pengembangan. Proses analisis diawali dengan mengidentifikasi dan merumuskan unsur-unsur kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang relevan terhadap konteks penelitian. Masing-masing elemen tersebut kemudian diberi bobot dan rating berdasarkan tingkat signifikansinya. Selanjutnya, dilakukan perhitungan melalui pengalihan antara bobot dan rating dari setiap elemen, yang kemudian dijumlahkan untuk memperoleh total skor dari seluruh komponen SWOT (Hermawan & Amirullah, 2021). Hasil dari analisis ini memberikan dasar dalam menentukan posisi strategis dan alternatif pengembangan yang dapat diambil oleh pelaku usaha minyak kelapa Mandar.

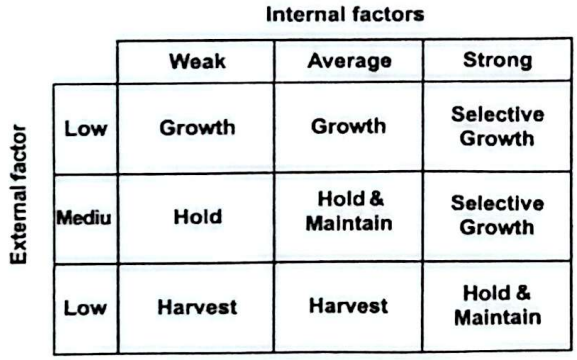
Dipindai dengan CamScanner

Tabel 3. Matriks SWOT

	Kekuatan (S)	**Kelemahan (W)**
Peluang (O)	Strategi SO (Kuadrant I) Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO (Kuadrant III) Mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
Ancaman (T)	Strategi ST Menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman (Kuadrant II)	Strategi WT (Kuadrant IV) Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Wijayati, 2019.

Selanjutnya, akan ditentukan posisi starategi dalam matriks IE yang terdiri dari 9 kuadran seperti yang terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Matrik IE

Menurut Rangkuti (2014), penjelasan Gambar 3 sebagai berikut :

Kuadran I (Grow and Build Strategy)

- Letak: IFAS kuat (2,5–4,0) dan EFAS tinggi (2,5–4,0)
- Makna: Posisi paling ideal. Perusahaan memiliki kekuatan internal yang kuat dan peluang eksternal besar.
- Strategi yang disarankan: Strategi agresif, seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar dan produk, serta integrasi (maju, ke belakang, atau horizontal).
- Contoh: Pelaku usaha dengan produk unggul dan permintaan pasar meningkat pesat.

Kuadran II (Grow and Build Strategy)

- Letak: IFAS sedang (1,5–2,5) dan EFAS tinggi (2,5–4,0)
- Makna: Peluang besar tersedia, namun kekuatan internal belum optimal.

Dipindai dengan CamScanner

- Strategi yang disarankan: Pengembangan internal untuk mengejar peluang. Fokus pada peningkatan kapasitas, pelatihan SDM, atau modernisasi teknologi.

Kuadran III (Selective Growth Strategy)

- Letak: IFAS kuat (2,5–4,0) dan EFAS sedang (1,5–2,5)
- Makna: Perusahaan sudah cukup kuat secara internal, tapi peluang pasar terbatas atau fluktuatif.
- Strategi yang disarankan: Pertumbuhan selektif—meningkatkan efisiensi, kualitas, dan diferensiasi produk.

Kuadran IV (Hold and Maintain Strategy)

- Letak: IFAS lemah (1,0–1,5) dan EFAS tinggi (2,5–4,0)
- Makna: Peluang besar, tapi perusahaan tidak memiliki kekuatan memadai untuk memanfaatkannya.
- Strategi yang disarankan: Bertahan. Fokus memperbaiki internal (SDM, infrastruktur) sebelum ekspansi.

Kuadran V (Hold and Maintain Strategy)

- Letak: IFAS sedang (1,5–2,5) dan EFAS sedang (1,5–2,5)
- Makna: Posisi stabil tetapi tidak terlalu menguntungkan. Tidak ada tekanan atau peluang yang signifikan.
- Strategi yang disarankan: Strategi bertahan—menjaga pasar yang ada sambil perlahan memperbaiki internal.

Kuadran VI (Selective Growth Strategy)

- Letak: IFAS kuat (2,5–4,0) dan EFAS rendah (1,0–1,5)
- Makna: Perusahaan kuat, tapi menghadapi tantangan eksternal yang signifikan (misalnya, pasar menurun).
- Strategi yang disarankan: Diversifikasi, efisiensi operasional, dan inovasi produk untuk bertahan.

Kuadran VII (Harvest or Divest Strategy)

- Letak: IFAS lemah (1,0–1,5) dan EFAS tinggi (2,5–4,0)
- Makna: Perusahaan tidak siap bersaing meskipun ada peluang besar.

Dipindai dengan CamScanner

Rentan gagal.

- Strategi yang disarankan: Divestasi aset yang tidak menguntungkan, merger, atau reposisi.

Kuadran VIII (Harvest Strategy)

- Letak: IFAS lemah (1,0–1,5) dan EFAS sedang (1,5–2,5)
- Makna: Kinerja internal buruk dan kondisi eksternal tidak banyak membantu.
- Strategi yang disarankan: Mengurangi biaya, mempertahankan yang produktif, bahkan mempertimbangkan keluar dari pasar.

Kuadran IX (Harvest or Divest Strategy)

- Letak: IFAS kuat (2,5–4,0) dan EFAS lemah (1,0–1,5)
- Makna: Produk unggul tapi pasar hampir mati, atau banyak tekanan eksternal.
- Strategi yang disarankan: Restrukturisasi, diversifikasi ke pasar lain, atau mempertahankan bagian paling menguntungkan saja.

Matriks IE memberi arah awal dalam merancang strategi usaha. Penempatan posisi skor IFAS dan EFAS ke dalam salah satu kuadran menjadi dasar pemilihan strategi paling sesuai, baik agresif, selektif, maupun bertahan.

F. Definisi Operasional

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha minyak Mandar yang dipasarkan melalui pasar tradisional di Kecamatan Alu. Oleh karena itu, beberapa konsep utama dalam penelitian ini dijabarkan secara operasional sebagai berikut :

1. Kekuatan (*Strengths*) adalah berbagai aspek internal positif yang dimiliki oleh pelaku usaha minyak Mandar yang mendukung keberlanjutan dan pengembangan usahanya. Hal ini meliputi kualitas produk yang alami dan khas, loyalitas pelanggan, serta penggunaan sumber daya lokal yang mendukung ekonomi pedesaan. Kekuatan ini menjadi modal penting dalam merespons peluang pasar.

Dipindai dengan CamScanner

2. Kelemahan (*Weaknesses*) merupakan keterbatasan atau hambatan dari dalam usaha yang dapat mengganggu efektivitas pengelolaan dan pengembangan usaha minyak Mandar. Termasuk dalam kategori ini adalah keterbatasan modal, infrastruktur produksi yang kurang memadai, rendahnya adopsi teknologi, serta minimnya regenerasi pelaku usaha.
3. Peluang (*Opportunities*) adalah faktor-faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan kinerja dan memperluas pasar minyak Mandar. Beberapa peluang yang diidentifikasi antara lain meningkatnya tren konsumen terhadap produk sehat dan alami, dukungan kelembagaan terhadap UMKM, serta potensi pasar organik dan ramah lingkungan yang semakin terbuka.
4. Ancaman (Threats) adalah kondisi atau perubahan eksternal yang dapat memberikan tekanan terhadap kelangsungan dan pertumbuhan usaha. Dalam konteks minyak Mandar, ancaman meliputi persaingan dari produk minyak sejenis (seperti minyak kelapa sawit yang lebih murah), fluktuasi harga bahan baku, dan keterbatasan akses ke pasar modern karena ketergantungan pada pasar tradisional.
5. Strategi Pengembangan Usaha, didefinisikan sebagai langkah-langkah yang disusun secara sistematis berdasarkan hasil analisis SWOT dan Matriks IE untuk meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan mendorong pertumbuhan usaha minyak Mandar. Strategi ini mencakup diversifikasi produk, penguatan merek berbasis lokalitas, ekspansi terbatas ke pasar regional, dan peningkatan efisiensi produksi.

Dipindai dengan CamScanner

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis SWOT

1) Faktor Internal

a) Kekuatan (*Strengths*)

Minyak Mandar memiliki sejumlah kekuatan yang membuatnya unik dan berpotensi besar untuk berkembang di pasar. Keaslian produk menjadi daya tarik utama, dengan ciri khas aroma dan warna kekuningannya serta proses alami yang tidak menggunakan bahan pengawet. Kandungan nutrisi yang kaya, terutama asam laurat (17,55%) dan asam miristat, menjadikannya lebih sehat dibandingkan minyak goreng biasa (Isyanti dan Sirait, 2021). Selain itu, produk ini bisa diproses menjadi berbagai turunan seperti minyak goreng dan minyak untuk perawatan tubuh, yang memperluas pasar potensial.

Pasar tradisional di Kecamatan Alu, yang telah terbiasa dengan produk lokal, memberikan peluang besar bagi pengembangan minyak Mandar. Penggunaan pasar tradisional juga mendukung pemberdayaan masyarakat lokal, membuka peluang bagi petani kelapa dan pengusaha kecil untuk terlibat dalam produksi dan distribusi. Program pelatihan pengolahan minyak Mandar yang ada meningkatkan keterampilan masyarakat, memungkinkan mereka untuk memproduksi minyak secara mandiri, dengan 85% peserta berhasil melakukannya setelah pelatihan. Hal ini berdampak pada peningkatan pendapatan mereka.

Keberagaman pemanfaatan seperti sabut, tempurung, dan ampas kelapa mampu menghasilkan nilai ekonomi yang tinggi termasuk dengan mengolahnya menjadi pakan ternak. Proses pengolahan minyak Mandar yang masih mempertahankan metode tradisional juga ramah lingkungan, dengan limbah kelapa digunakan sebagai bahan bakar, mengurangi biaya operasional dan ketergantungan pada energi eksternal.

Selain itu, keberadaan lahan kelapa yang luas di Kecamatan Alu, seluas 770 hektar dengan produksi tahunan 724,45 ton, memastikan

Dipindai dengan CamScanner

ketersediaan bahan baku yang stabil untuk produksi minyak Mandar. Melalui keberagaman metode produksi dan inovasi dalam pengolahan, minyak Mandar memiliki potensi besar untuk berkembang dan memenuhi permintaan pasar yang stabil, sambil melestarikan kearifan lokal dan memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat.

b) Kelemahan (*Weaknesses*)

Minyak Mandar menghadapi beberapa kelemahan yang menghambat pengembangannya. Salah satunya adalah kurangnya pemasaran yang efektif, terutama untuk menjangkau pasar yang lebih luas di luar daerah lokal. Pasar tradisional yang menjadi andalan sering kali kurang mendapat perhatian, dan hal ini membatasi pertumbuhan produk. Pengetahuan konsumen yang terbatas tentang manfaat minyak Mandar juga menjadi hambatan, terutama di luar daerah asalnya. Selain itu, infrastruktur pasar tradisional yang terbatas dalam hal fasilitas dan teknologi turut menyulitkan pengembangan produk yang lebih efisien.

Pola distribusi yang masih terbatas menjadi kendala lain dalam memperluas jangkauan produk ke pasar yang lebih luas. Proses produksi minyak Mandar yang dilakukan dengan metode tradisional, seperti ekstraksi basah, memiliki keterbatasan dalam hal sanitasi dan kontrol kualitas, terutama di lingkungan yang tidak terjaga kebersihannya. Selain itu, keterbatasan pengetahuan tentang pengolahan minyak Mandar di kalangan pelaku usaha rumah tangga mengurangi penerimaan pasar terhadap produk ini. Usaha rumah tangga yang mengolah minyak Mandar seringkali hanya bersifat sampingan, dengan modal dan kapasitas produksi yang terbatas, sehingga pengembangan usaha lebih lanjut terhambat.

Proses pengolahan yang memerlukan peralatan khusus juga menyulitkan sebagian besar pelaku usaha untuk mengakses teknologi yang lebih modern. Margin keuntungan yang rendah, hanya berkisar antara Rp 800 hingga Rp 1.100 per liter, serta biaya produksi yang tinggi, dengan harga pokok penjualan yang lebih besar dibandingkan produk minyak kelapa lainnya, menambah tantangan bagi pengusaha. Selain itu, inovasi yang terbatas dan kurangnya keterlibatan konsumen dalam pengembangan

Dipindai dengan CamScanner

produk baru atau perbaikan produk membuat daya saing produk menjadi lemah.

Keterbatasan dalam penyesuaian produk dengan permintaan pasar juga mengurangi daya tarik minyak Mandar. Penggunaan peralatan manual dalam proses produksi membatasi kapasitas produksi dan memakan waktu yang cukup lama, sekitar 4-5 jam per liter minyak. Kualitas produk yang belum konsisten, terutama terkait dengan kadar asam lemak bebas yang tinggi, juga menjadi masalah, karena beberapa parameter kualitas belum memenuhi standar SNI. Infrastruktur distribusi yang tidak memadai, ditambah dengan pemasaran yang terbatas, membuat produk ini sulit untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Keterbatasan teknologi dalam pengolahan dan pemasaran serta ketergantungan pada metode produksi tradisional menghambat efisiensi dan kapasitas produksi. Kemasan yang sederhana, seperti botol plastik bekas tanpa segel, turut memengaruhi persepsi kualitas produk di mata konsumen. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku kelapa yang tidak stabil mempengaruhi biaya produksi dan margin keuntungan. Dengan kapasitas produksi yang masih rendah, rata-rata hanya 371,25 liter per bulan, serta kualitas yang belum konsisten, tantangan untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk semakin besar.

2) Faktor Eksternal

a) Peluang (*Opportunities*)

Minyak Mandar memiliki berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan pasar dan meningkatkan nilai produk. Pertama, tren global yang semakin mendukung produk alami dan organik dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan minyak Mandar sebagai produk sehat yang diminati konsumen. Pengembangan digital marketing melalui media sosial dan platform *e-commerce* juga membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga internasional. Selain itu, minyak Mandar berpotensi untuk dipromosikan di pasar modern seperti supermarket atau menjadi oleh-oleh khas daerah bagi wisatawan yang datang ke Polewali Mandar, seiring

Dipindai dengan CamScanner

dengan perkembangan sektor pariwisata.

Peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya produk yang sehat, seperti minyak Mandar, memberikan peluang besar untuk ekspansi pasar, baik di pasar lokal maupun internasional. Inovasi dalam pengolahan minyak Mandar juga dapat meningkatkan daya saing produk, dengan membuka kemungkinan pengembangan produk sampingan seperti kosmetik dan makanan organik. Pelatihan yang diberikan kepada kelompok tani dan wanita tani untuk mengolah minyak kelapa secara efisien dan higienis dapat meningkatkan keterampilan masyarakat dan membuka pasar yang lebih besar.

Selain itu, adanya dukungan terhadap usaha rumah tangga melalui pelatihan dan inovasi dapat membantu sektor ini berkembang menjadi industri kecil dan menengah yang lebih berdaya saing. Potensi untuk mengembangkan usaha ini ke skala lebih besar juga ada, dengan investasi yang tepat dapat membangun pabrik minyak goreng kelapa yang lebih besar dan menghasilkan pendapatan yang lebih besar. Diversifikasi produk sampingan, seperti mengolah sabut dan tempurung kelapa menjadi cocopeat atau cocofiber, juga dapat meningkatkan pendapatan. Penggunaan teknologi modern dalam proses produksi dapat meningkatkan efisiensi, menurunkan biaya produksi, dan meningkatkan kualitas produk. Peningkatan kualitas produk yang konsisten dan responsif terhadap umpan balik konsumen akan membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka.

Pemerintah juga dapat memainkan peran penting dengan memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan lanjutan, bantuan teknologi, dan akses ke pasar yang lebih luas. Tren produk alami yang semakin diminati, baik di pasar domestik maupun internasional, membuka peluang ekspor yang signifikan. Dukungan program pemerintah dan komunitas untuk pemberdayaan usaha rumah tangga juga dapat mempercepat pengembangan industri.

Dengan memanfaatkan tren produk alami, peluang ekspansi melalui pasar digital, serta dukungan dari pemerintah dan masyarakat,

Dipindai dengan CamScanner

minyak Mandar memiliki potensi besar untuk berkembang. Selain itu, diversifikasi produk dan pengembangan teknologi dapat meningkatkan nilai ekonomi dan daya saing produk di pasar global.

b) Ancaman (*Threats*)

Minyak Mandar menghadapi beberapa ancaman yang dapat memengaruhi pengembangan dan daya saing produk di pasar. Persaingan dengan produk serupa, baik dari daerah lain maupun minyak olahan komersial, menjadi tantangan besar, terutama jika harga produk-produk tersebut lebih bersaing. Selain itu, perubahan selera konsumen yang lebih mengutamakan kenyamanan dan kepraktisan bisa menyebabkan peralihan ke produk yang lebih mudah diakses dan digunakan. Fluktuasi harga bahan baku, seperti kelapa, dapat memengaruhi biaya produksi dan harga jual minyak Mandar, sehingga meningkatkan risiko bagi pelaku usaha yang bergantung pada pasokan bahan baku yang stabil.

Isu lingkungan terkait proses produksi dan pengemasan juga dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk minyak Mandar, terutama di tengah kesadaran akan keberlanjutan yang semakin tinggi. Persaingan dari industri besar yang menggunakan teknologi modern dan sistem produksi massal menjadi ancaman serius, karena mereka dapat menghasilkan produk dengan harga lebih murah dan lebih efisien. Di sisi lain, ketergantungan pada kelapa sebagai bahan baku utama berisiko menghadapi masalah pasokan atau harga yang fluktuatif di pasar. Harga minyak kelapa sawit yang jauh lebih murah (sekitar Rp 16.000–Rp 17.000 per liter) juga menjadi ancaman besar, karena dapat mengurangi daya tarik minyak Mandar di pasar.

Selain itu, kesadaran konsumen yang lambat tentang manfaat minyak kelapa, serta kurangnya pemahaman tentang produk ini di kalangan masyarakat lokal, dapat menghambat adopsi minyak Mandar. Keterbatasan dalam infrastruktur, seperti akses terbatas ke teknologi pengolahan yang efisien dan sanitasi yang kurang baik, juga menjadi hambatan dalam meningkatkan kualitas dan volume produksi. Adanya perubahan preferensi konsumen terhadap minyak goreng yang lebih murah

Dipindai dengan CamScanner

atau produk modern dapat memengaruhi permintaan produk minyak Mandar, terutama jika produk tidak mampu beradaptasi dengan cepat terhadap tren pasar yang baru.

Selain itu, perubahan regulasi pemerintah terkait pengolahan makanan atau produk alami bisa memengaruhi proses produksi atau standar yang harus dipenuhi. Keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas, terutama pasar modern dan ekspor, membatasi potensi ekspansi produk minyak Mandar. Banyak industri rumah tangga yang masih belum melakukan riset pasar yang cukup untuk mengetahui tren atau preferensi konsumen, yang membuat mereka kurang responsif terhadap perubahan kebutuhan pasar. Terakhir, regenerasi pelaku usaha yang dominan didominasi oleh kelompok usia lanjut menjadi tantangan besar bagi keberlanjutan usaha, karena kurangnya penerus yang terlatih dalam industri ini.

B. Hasil Analisis Matriks IFAS dan EFAS

Analisis faktor internal dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki oleh pelaku usaha minyak Mandar dalam memasarkan produknya melalui pasar tradisional. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui posisi internal usaha, sebagai dasar dalam menyusun strategi pengembangan yang sesuai dengan kondisi riil. Total skor yang diperoleh dari analisis IFAS adalah 2,78, yang mengindikasikan bahwa usaha minyak Mandar berada dalam posisi cukup kuat, namun masih memiliki beberapa kendala internal yang perlu diperbaiki.

Tabel 4.4 Matriks IFAS

No	Kekuatan (Strenght)	Bobot	Rating	Skor
1	Usaha milik pribadi	0.15	4	0.60
2	Harga yang terjangkau	0.13	3	0.39
3	Promosi media sosial	0.14	4	0.56
4	Memiliki pelanggan tetap	0.14	4	0.56
Subtotal		**0,56**		**2,11**
No	**Kelemahan (Weaknesses)**	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
1	Keterbatasan modal usaha	0.12	2	0.24

Dipindai dengan CamScanner

2	Belum mampu mengelola keuangan dengan baik	0.11	2	0.22
3	Pengelolaan kurang optimal	0.10	1	0.1
4	Belum mampu mengembangkan Inovasi	0.11	1	0.11
Subtotal		**0,44**		**0,67**
Total		**1,00**		**2,78**

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara, (2024)

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan dalam usaha minyak Mandar merupakan potensi utama yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pemasaran, terutama di pasar tradisional yang masih menjadi sentra ekonomi rakyat di Kecamatan Alu. Berikut ini adalah penjabaran kekuatan berdasarkan skor tertimbang:

a. Usaha milik pribadi (Bobot: 0,15; Rating: 4; Skor: 0,60)

Kepemilikan usaha secara pribadi memberikan keleluasaan dalam pengambilan keputusan, termasuk dalam aspek pengembangan produk, pengaturan harga, dan strategi pemasaran (Lesmana dkk., 2022). Hal ini memungkinkan produsen minyak Mandar lebih cepat dan fleksibel dalam merespons perubahan permintaan pasar. Selain itu, struktur usaha yang sederhana memudahkan efisiensi biaya operasional, yang penting dalam menjaga harga tetap kompetitif di pasar tradisional.

b. Harga yang terjangkau (Bobot: 0,13; Rating: 3; Skor: 0,39)

Harga menjadi salah satu daya tarik utama minyak Mandar di pasar tradisional. Dengan biaya produksi yang relatif rendah dan pemasaran yang sederhana, produk ini mampu dijual dengan harga yang dapat dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat. Hal ini menjadi keunggulan tersendiri di tengah dominasi produk-produk sejenis yang berasal dari luar daerah dengan harga lebih tinggi.

c. Promosi melalui media sosial (Bobot: 0,14; Rating: 4; Skor: 0,56) Meskipun skalanya masih terbatas, penggunaan media sosial seperti Facebook dan WhatsApp sudah mulai dimanfaatkan oleh pelaku usaha minyak Mandar untuk memperkenalkan produk. Strategi ini cukup efektif dalam menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa biaya besar, dan juga menurut

Dipindai dengan CamScanner

Lenti dkk. (2024), dapat membantu menarik minat konsumen pasar tradisional yang mulai menggunakan media digital dalam aktivitas ekonomi mereka.

d. Memiliki pelanggan tetap (Bobot: 0,14; Rating: 4; Skor: 0,56)

Keberadaan pelanggan tetap menunjukkan adanya loyalitas konsumen terhadap produk minyak Mandar, terutama yang telah merasakan manfaatnya dalam jangka panjang. Faktor ini sangat penting dalam membangun keberlanjutan usaha. Loyalitas pelanggan dapat dijadikan dasar penguatan strategi *word of mouth* di pasar tradisional, yang umumnya masih mengandalkan rekomendasi antar masyarakat (Gemina dkk., 2024).

e. Subtotal Skor Kekuatan: 2,11

Nilai ini menunjukkan bahwa kekuatan internal cukup mendominasi dalam struktur usaha minyak Mandar. Ini adalah modal dasar untuk mengembangkan strategi berbasis kekuatan, misalnya strategi SO (Strength-Opportunity), yaitu menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal.

2. Kelemahan (Weaknesses)

Meskipun memiliki kekuatan yang cukup dominan, usaha minyak Mandar juga menghadapi beberapa kelemahan internal yang dapat menghambat proses pengembangan usaha jika tidak ditangani dengan tepat. Berikut uraian kelemahan berdasarkan skor tertimbang:

a. Keterbatasan modal usaha (Bobot: 0,12; Rating: 2; Skor: 0,24)

Salah satu kendala utama adalah terbatasnya akses terhadap sumber pembiayaan. Hal ini berpengaruh terhadap kapasitas produksi, pembelian bahan baku, pengemasan, serta upaya promosi yang lebih intensif di pasar tradisional. Keterbatasan modal juga menyulitkan pelaku usaha untuk melakukan ekspansi pasar atau berinovasi dalam lini produk (Wijaya dkk., 2022).

b. Belum mampu mengelola keuangan dengan baik (Bobot: 0,11; Rating: 2; Skor: 0,22)

Kelemahan ini menyebabkan ketidakefisienan dalam pengeluaran, kurangnya pencatatan transaksi, serta kesulitan dalam mengukur

Dipindai dengan CamScanner

keuntungan secara akurat. Dalam jangka panjang, sesuai hasil penelitian Oktav dkk. (2024) pengelolaan keuangan yang lemah dapat mengganggu kesinambungan usaha, terutama jika ingin bermitra dengan koperasi atau lembaga keuangan.

c. Pengelolaan usaha yang kurang optimal (Bobot: 0,10; Rating: 1; Skor: 0,10)
Lemahnya manajemen usaha tercermin dari belum adanya struktur organisasi yang jelas, pembagian tugas dalam rumah produksi, serta lemahnya koordinasi dengan pihak eksternal seperti pengecer pasar tradisional. Hal ini membuat proses usaha berjalan secara informal dan kurang efisien.

d. Belum mampu mengembangkan inovasi produk (Bobot: 0,11; Rating: 1; Skor: 0,11)
Produk minyak Mandar saat ini masih sangat tradisional, baik dari segi tampilan kemasan maupun varian produk. Padahal konsumen masa kini, termasuk yang berbelanja di pasar tradisional, sudah mulai mempertimbangkan aspek kemasan, label, dan variasi isi. Menurut Ajeng (2024), ketiadaan inovasi menyebabkan potensi pengembangan pasar menjadi terbatas.

e. Subtotal Skor Kelemahan: 0,67
Skor kelemahan ini masih cukup besar dan menjadi peringatan bahwa tanpa intervensi serius, kelemahan-kelemahan ini dapat menghambat kemajuan usaha secara keseluruhan, terutama jika harus bersaing dengan produk sejenis yang memiliki manajemen lebih profesional.

Dengan total skor IFAS sebesar 2,78, maka dapat disimpulkan bahwa posisi internal usaha minyak Mandar berada dalam kondisi cukup kuat dan masih memiliki ruang untuk ditingkatkan. Kekuatan internal dapat diandalkan sebagai modal awal dalam membangun strategi pengembangan, namun tidak boleh mengabaikan kelemahan-kelemahan yang ada. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah memanfaatkan kekuatan yang dimiliki sambil terus memperbaiki kelemahan, terutama dalam aspek modal, manajemen usaha, dan inovasi produk.

Dipindai dengan CamScanner

Tabel 4.5 Matriks EFAS

No	Peluang (Opportunities)	Bobot	Rating	Skor
1	Budaya konsumtif masyarakat Tinggi	0.15	4	0.60
2	Hubungan baik antara konsumen	0.13	3	0.39
3	Lokasi yang strategis	0.15	4	0.6
4	Hubungan baik antara pedagang	0.12	3	0.36
Subtotal		**0,55**		**1,95**
No	**Ancaman (Threats)**	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
1	Banyaknya pesaing	0.12		0.24
2	Kenaikan BBM	0.11	2	0.24
3	Perubahan cuaca	0.10	1	0.1
4	Persaingan harga jual	0.11	1	0.11
Subtotal		**0,44**		**0,69**
Total		**1,00**		**2,64**

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara, (2024)

Hasil analisis faktor eksternal dilakukan untuk mengidentifikasi peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang memengaruhi keberlangsungan dan pengembangan usaha minyak Mandar. Lingkungan eksternal merupakan faktor penting yang tidak dapat dikendalikan langsung oleh pelaku usaha, namun dapat dimanfaatkan atau diantisipasi melalui strategi yang adaptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa total skor EFAS adalah 2,64 yang berarti bahwa lingkungan eksternal berada pada tingkat cukup menguntungkan, namun tetap ada tantangan yang perlu diantisipasi dengan baik.

3. Peluang (Opportunities)

Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor peluang memiliki total skor sebesar 1,95 dan lebih tinggi dibandingkan skor ancaman. Ini menunjukkan bahwa lingkungan eksternal di Kecamatan Alu memberikan peluang yang besar bagi usaha minyak Mandar untuk berkembang, khususnya melalui pemanfaatan pasar tradisional sebagai jalur distribusi utama.

a. Budaya konsumtif masyarakat yang tinggi (Bobot: 0,15; Rating: 4; Skor: 0,60).

Masyarakat di Kecamatan Alu memiliki budaya konsumsi yang cukup tinggi

Dipindai dengan CamScanner

terhadap produk lokal yang dirasakan bermanfaat, terutama yang berhubungan dengan kesehatan dan pengobatan tradisional. Hal ini menjadi peluang utama bagi minyak Mandar yang dikenal sebagai produk berbasis tradisi dan telah digunakan secara turun-temurun. Fawzi dkk. (2022) menjelaskan bahwa tingkat konsumsi yang tinggi membuka ruang bagi perluasan pasar, apalagi jika disertai edukasi manfaat produk secara berkelanjutan.

b. Lokasi yang strategis (Bobot: 0,15; Rating: 4; Skor: 0,60).
Kecamatan Alu memiliki posisi geografis yang cukup strategis sebagai jalur penghubung antar kecamatan dan sebagai pusat aktivitas pasar tradisional. Lokasi yang strategis ini memungkinkan distribusi minyak Mandar dilakukan secara efisien ke berbagai titik penjualan, baik di pasar lokal maupun antar wilayah. Selain itu, lokasi yang mudah diakses juga memudahkan interaksi langsung dengan konsumen.

c. Hubungan baik antara konsumen (Bobot: 0,13; Rating: 3; Skor: 0,39).
Karakteristik sosial masyarakat lokal yang bersifat kolektif dan saling merekomendasikan produk menjadi peluang tersendiri bagi usaha minyak Mandar. Promosi dari mulut ke mulut (word of mouth) sangat efektif di komunitas seperti ini. Lesmana dkk. (2022) mengatakan bahwa hubungan sosial yang erat antar konsumen dapat mempercepat penyebaran informasi positif mengenai produk, khususnya jika produk sudah dikenal berkualitas.

d. Hubungan baik antara pedagang di pasar tradisional (Bobot: 0,12; Rating: 3; Skor: 0,36).
Relasi antar pedagang yang saling mendukung di pasar tradisional menjadi peluang penting untuk memperluas jaringan distribusi. Peluang kolaborasi dapat dibangun antara produsen dan pedagang lokal dalam bentuk sistem titip jual, kerjasama promosi, atau sistem bagi hasil. Ini memudahkan produsen untuk menyalurkan produk tanpa harus menanggung seluruh beban distribusi (Mustafa, 2020).

Subtotal Skor Peluang: 1,95. Nilai ini menunjukkan bahwa secara umum, lingkungan sosial dan ekonomi eksternal sangat mendukung pengembangan usaha minyak Mandar. Dengan strategi yang tepat, peluang-

Dipindai dengan CamScanner

peluang ini dapat dikapitalisasi untuk meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar.

4. **Ancaman (Threats)**

Meskipun peluang eksternal cukup besar, usaha minyak Mandar juga dihadapkan pada beberapa ancaman signifikan yang dapat memengaruhi stabilitas usaha, khususnya dalam hal keberlanjutan produksi dan persaingan di pasar. Total skor ancaman adalah 0,69, yang relatif rendah, namun tetap perlu diperhatikan secara strategis.

a. Banyaknya pesaing produk serupa (Bobot: 0,12; Rating: 2; Skor: 0,24) Produk minyak terapi dan herbal lainnya, baik yang diproduksi secara lokal maupun berasal dari luar daerah, mulai memasuki pasar tradisional. Pesaing ini umumnya sudah memiliki kemasan yang lebih menarik dan branding yang lebih kuat. Jika tidak ada diferensiasi yang jelas, minyak Mandar berisiko tergeser dari pasar, terutama oleh produk yang dipersepsi lebih modern dan higienis.

b. Kenaikan harga BBM (Bobot: 0,11; Rating: 2; Skor: 0,24). Kenaikan harga BBM berdampak langsung pada biaya transportasi bahan baku dan distribusi produk. Hal ini akan meningkatkan ongkos produksi secara keseluruhan, terutama jika jalur distribusi masih mengandalkan kendaraan pribadi atau transportasi umum. Dampaknya akan lebih terasa bila harga jual tidak dapat dinaikkan seiring naiknya biaya operasional.

c. Perubahan cuaca yang tidak menentu (Bobot: 0,10; Rating: 1; Skor: 0,10). Cuaca ekstrem atau musim hujan berkepanjangan dapat menghambat proses produksi minyak Mandar yang masih menggunakan metode tradisional seperti penjemuran bahan baku. Hal ini menyebabkan ketidakpastian dalam kontinuitas produksi dan ketersediaan stok, yang berdampak negatif terhadap suplai di pasar tradisional.

d. Persaingan harga jual (Bobot: 0,11; Rating: 1; Skor: 0,11). Harga minyak Mandar yang masih berbasis biaya produksi tradisional bisa saja kalah bersaing dengan produk lain yang sudah terstandarisasi secara massal. Tanpa strategi harga dan nilai tambah yang kuat, produsen minyak Mandar akan sulit mempertahankan posisi di pasar tradisional yang sangat sensitif

Dipindai dengan CamScanner

terhadap harga.

e. Subtotal Skor Ancaman: 0,69. Meskipun nilai ancaman ini tidak setinggi peluang, faktor-faktor tersebut tetap perlu diantisipasi secara strategis, khususnya dalam pengelolaan biaya, kesinambungan produksi, dan penyesuaian produk terhadap preferensi pasar. Total skor EFAS sebesar 2,64 menunjukkan bahwa lingkungan eksternal cenderung memberikan peluang yang lebih besar daripada tantangan. Peluang sosial budaya, lokasi pasar yang strategis, dan hubungan baik antar pelaku pasar menjadi aset eksternal yang sangat potensial. Namun, produsen harus tetap mewaspadai tekanan dari faktor biaya, perubahan iklim, dan persaingan yang ketat.

Tabel 4.6 Matriks SWOT

Kekuatan (Strengths)	**Kelemahan (Weaknesses)**
Produk tradisional yang memiliki cita rasa dan kualitas alami.	Terbatasnya adopsi teknologi modern dalam proses produksi.
Kandungan yang kaya manfaat kesehatan.	Kurangnya kesadaran konsumen tentang manfaat minyak Mandar dibandingkan minyak kelapa tradisional.
Menggunakan sumber daya lokal, mendukung ekonomi pedesaan dan keberlanjutan.	Infrastruktur produksi yang terbatas dan sanitasi yang kurang memadai.
Potensi pasar di wilayah pedesaan dan produk yang bisa dijual dengan harga premium.	Kurangnya regenerasi pelaku usaha, banyak pelaku usaha berusia lanjut.
Peluang (Opportunities)	**Ancaman (Threats)**
Meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk alami dan sehat.	Persaingan dari produk minyak kelapa dari daerah lain atau produk minyak olahan komersial.
Permintaan pasar yang berkembang untuk produk organik dan ramah lingkungan.	Perubahan selera konsumen yang lebih mengutamakan kenyamanan dan kepraktisan.
Potensi ekspansi ke pasar modern atau ekspor dengan diferensiasi produk yang jelas.	Fluktuasi harga bahan baku kelapa yang dapat mempengaruhi biaya produksi dan harga jual.
Potensi kerjasama dengan pemerintah atau organisasi untuk meningkatkan standar kualitas dan produksi.	Persaingan harga dari minyak kelapa sawit yang lebih murah (Rp 16.000–Rp 17.000 per liter).

Dipindai dengan CamScanner

Kesempatan untuk meningkatkan infrastruktur dan adopsi teknologi untuk efisiensi produksi.	Ketergantungan pada pasar tradisional yang membatasi akses ke pasar modern.

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara, (2024)

Untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat bagi produk minyak Mandar diKecamatan Alu, diperlukan pemahaman menyeluruh terhadap kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usahanya. Analisis SWOT menjadi alat yang relevan untuk menggambarkan posisi strategis usaha berdasarkan empat komponen utama, yaitu kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*). Kekuatan dan kelemahan mencerminkan faktor internal yang berasal dari dalam usaha, sementara peluang dan ancaman mencerminkan pengaruh lingkungan eksternal yang berada di luar kendali langsung pelaku usaha, tetapi sangat menentukan arah dan keberhasilan pengembangan. Berikut ini merupakan uraian rinci atas masing-masing faktor tersebut sebagai dasar untuk merumuskan strategi pengembangan minyak Mandar yang berkelanjutan melalui pasar tradisional di Kecamatan Alu.

A. Faktor Internal

1. Kekuatan (*Strengths*)

Minyak Mandar memiliki sejumlah kekuatan utama yang menjadi modal dasar dalam pengembangan produk, baik dari sisi produksi maupun pemasaran.

a. Produk tradisional dengan cita rasa dan kualitas alami. Karakteristik khas dari minyak Mandar, yang diproses secara tradisional dan menggunakan bahan baku lokal tanpa bahan kimia tambahan, menjadikannya sebagai produk yang tidak hanya mempertahankan warisan budaya, tetapi juga memenuhi kebutuhan konsumen akan produk alami. Keaslian ini menjadi daya tarik tersendiri terutama di tengah tren konsumsi sehat.

b. Kandungan yang kaya manfaat kesehatan. Minyak Mandar dipercaya memiliki beragam manfaat seperti meredakan pegal, membantu proses pemijatan tradisional, dan digunakan dalam perawatan bayi dan lansia. Ini memberikan nilai tambah tersendiri dibanding minyak kelapa biasa yang

Dipindai dengan CamScanner

lebih digunakan untuk konsumsi dapur atau industri.

c. Penggunaan sumber daya lokal dan mendukung ekonomi Desa. Proses produksi minyak Mandar melibatkan petani kelapa dan pengrajin di Desa-Desa sekitar Kecamatan Alu, sehingga usaha ini tidak hanya berorientasi pasar, tetapi juga menjadi bagian dari pemberdayaan masyarakat. Kekuatan ini menjadikan minyak Mandar memiliki nilai ekonomi sekaligus sosial.
d. Potensi pasar di wilayah pedesaan dan premiumisasi produk. Selain pasar tradisional lokal, produk ini memiliki peluang untuk dikemas secara menarik dan ditawarkan pada segmen konsumen menengah ke atas, terutama mereka yang mencari produk lokal, etnik, dan memiliki cerita budaya. Dengan kemasan dan positioning yang tepat, minyak Mandar bisa memiliki nilai jual premium.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Di sisi lain, terdapat beberapa kelemahan internal yang masih menjadi penghambat utama dalam pengembangan minyak Mandar sebagai produk unggulan daerah.

a. Terbatasnya adopsi teknologi modern dalam proses produksi. Proses pembuatan yang masih sangat manual menyebabkan produksi lambat dan tidak seragam. Hal ini mempengaruhi kapasitas produksi serta konsistensi kualitas yang dibutuhkan jika ingin masuk pasar modern atau ekspor (Syahidah dkk., 2023).
b. Kurangnya kesadaran konsumen tentang keunggulan produk. Banyak konsumen yang masih menyamakan minyak Mandar dengan minyak kelapa biasa, terutama karena minimnya edukasi dan informasi manfaat spesifik produk ini. Akibatnya, konsumen belum memahami nilai lebih yang ditawarkan.
c. Infrastruktur produksi yang terbatas dan sanitasi yang kurang memadai. Proses produksi yang dilakukan di rumah-rumah tanpa fasilitas sanitasi dan pengolahan yang memadai menjadi tantangan besar, terutama jika ditujukan untuk pasar modern yang mensyaratkan standar mutu tertentu.

Dipindai dengan CamScanner

d. Kurangnya regenerasi pelaku usaha. Pelaku usaha minyak Mandar saat ini didominasi oleh generasi tua. Minimnya keterlibatan generasi muda mengancam kelangsungan usaha ke depan, terutama dalam konteks inovasi, digitalisasi, dan daya tahan terhadap dinamika pasar.

B. Faktor Eksternal

Setelah mengidentifikasi berbagai faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan usaha minyak Mandar, langkah selanjutnya adalah memahami faktor-faktor eksternal yang turut memengaruhi potensi pengembangan usaha. Faktor eksternal mencakup berbagai kondisi di luar kendali langsung pelaku usaha, namun memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan atau hambatan dalam mengembangkan produk, terutama yang berkaitan dengan dinamika pasar, kebijakan, teknologi, dan perubahan preferensi konsumen. Analisis terhadap peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal ini menjadi penting untuk melihat sejauh mana usaha minyak Mandar mampu beradaptasi dan berkembang secara berkelanjutan di tengah persaingan dan perubahan yang terjadi.

1. Peluang (*Opportunities*)

Lingkungan eksternal saat ini membuka beberapa peluang strategis bagi pengembangan usaha minyak Mandar.

a. Meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk alami dan sehat. Tren konsumsi sehat mendorong banyak konsumen beralih dari produk berbahan kimia ke produk alami (Setiadi & Ruswanti, 2024). Minyak Mandar berada pada posisi yang sesuai untuk menjawab tren ini, terutama jika dikemas sebagai produk wellness berbasis tradisi.
b. Permintaan pasar terhadap produk organik dan ramah lingkungan. Pasar domestik dan internasional mulai memprioritaskan produk yang berkelanjutan dan tidak merusak lingkungan (Anwar, 2022). Minyak Mandar yang menggunakan proses alami dan bahan lokal dapat dikembangkan menjadi produk *eco-friendly*.
c. Potensi ekspansi ke pasar modern dan ekspor. Jika produk diperjelas, seperti melalui sertifikasi produk herbal atau branding etnik, minyak Mandar memiliki peluang untuk masuk ke pasar ritel modern, toko organik, bahkan e-commerce luar negeri.

Dipindai dengan CamScanner

d. Kerjasama dengan pemerintah dan organisasi non-profit. Pemerintah maupun LSM memiliki berbagai program pengembangan UMKM, pelatihan, bantuan alat, dan sertifikasi mutu. Kolaborasi ini berpotensi membantu pelaku usaha mengatasi berbagai kendala struktural dan kapasitas produksi.
e. Kesempatan untuk memperbaiki infrastruktur dan meningkatkan efisiensi produksi. Berbagai program pembangunan desa dan UMKM membuka peluang untuk memperbaiki fasilitas produksi, mulai dari tempat pengolahan yang lebih higienis, peralatan pengolahan sederhana, hingga pelatihan teknologi tepat guna.

2. Ancaman (*Threats*)

Sejumlah ancaman yang dihadapi pelaku usaha minyak Mandar bersumber dari dinamika pasar dan lingkungan usaha yang tidak sepenuhnya dapat dikendalikan.

a. Persaingan dari produk minyak kelapa lainnya. Produk minyak kelapa dari daerah lain, terutama yang sudah dikemas modern, dapat menimbulkan persepsi bahwa produk lokal tertinggal. Persaingan kualitas dan visual menjadi tantangan yang harus diantisipasi (Ajeng, 2024).
b. Perubahan selera konsumen. Konsumen kini lebih menyukai produk praktis, kemasan siap pakai, dan sudah berstandar. Jika minyak Mandar masih disajikan dalam botol sederhana tanpa label yang informatif, maka akan sulit bersaing meski dari sisi manfaat lebih unggul.
c. Fluktuasi harga bahan baku. Ketergantungan terhadap kelapa sebagai bahan baku utama menjadikan pelaku usaha rentan terhadap naik-turunnya harga kelapa. Jika harga bahan melonjak, maka harga jual produk juga terpaksa dinaikkan dan bisa menyebabkan penurunan daya beli.
d. Persaingan harga dari minyak kelapa sawit komersial. Produk minyak kelapa sawit industri ditawarkan dengan harga jauh lebih murah dan distribusinya luas. Hal ini menjadi tekanan bagi minyak Mandar, yang memiliki struktur biaya lebih tinggi, terutama untuk pasar bawah.
e. Ketergantungan pada pasar tradisional. Saat ini distribusi minyak Mandar masih berfokus pada pasar tradisional yang bersifat terbatas, baik dari sisi

Dipindai dengan CamScanner

geografis maupun segmen konsumen. Ketergantungan ini berisiko tinggi apabila pasar mengalami penurunan kunjungan atau preferensi konsumen beralih ke saluran belanja modern.

Berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal, skor total IFAS sebesar 2,78 dan skor total EFAS sebesar 2,64. Jika kedua skor ini diplotkan ke dalam Matriks IE (Internal-External), maka posisi strategis usaha minyak Mandar berada pada Kuadran III yang termasuk dalam kategori *Selective Growth Strategy*. Posisi ini menunjukkan bahwa usaha memiliki kekuatan internal yang tinggi serta berada dalam lingkungan eksternal yang mendukung (Aistiawan & Andesta, 2022). Hal ini mencerminkan bahwa usaha minyak Mandar telah memiliki fondasi internal yang cukup kuat, seperti kualitas produk tradisional yang tinggi, loyalitas pelanggan, serta penggunaan sumber daya lokal yang mendukung keberlanjutan. Di sisi lain, kondisi eksternal seperti meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk sehat, tren pasar organik, dan potensi ekspansi ke pasar modern menjadi peluang besar yang mendukung arah pengembangan usaha.

Namun, meskipun berada dalam situasi yang menjanjikan, strategi dalam Kuadran III menekankan pada upaya pengembangan produk, pemasaran, dan efisiensi produksi yang terfokus dan terukur. Dengan demikian, pengembangan tidak dilakukan secara menyeluruh atau cepat, tetapi difokuskan pada area-area yang memang memiliki potensi paling besar untuk memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan usaha. Beberapa strategi yang dapat dikembangkan sesuai dengan karakteristik Kuadran III, antara lain:

a. Diversifikasi produk: mengembangkan variasi minyak Mandar (misalnya, kemasan kecil, edisi herbal, atau campuran aroma lokal) yang dapat menyasar segmen pasar tertentu seperti pasar modern, toko oleh-oleh, atau konsumen rumah tangga menengah ke atas.
b. Penguatan merek berbasis lokalitas: menekankan narasi budaya dan keunikan minyak Mandar dalam promosi sebagai produk khas Mandar yang sehat dan alami.
c. Ekspansi geografis terbatas: membuka akses ke pasar baru dalam skala regional terlebih dahulu (misalnya, kabupaten tetangga), sembari tetap

Dipindai dengan CamScanner

menjaga kontrol mutu dan kapasitas produksi.

d. Kemitraan dengan pelaku lokal dan lembaga pengembangan UMKM: menjalin kerja sama dengan koperasi, dinas perdagangan, dan lembaga inkubator lokal untuk mendukung permodalan, pelatihan, dan perluasan distribusi.
e. Penguatan infrastruktur produksi dan sanitasi: secara bertahap meningkatkan standar produksi dan kebersihan agar produk dapat diterima di pasar yang lebih ketat seperti swalayan, marketplace daring, atau ekspor.

Secara keseluruhan, strategi *selective growth* memberikan ruang bagi usaha minyak Mandar untuk tumbuh secara stabil, terencana, dan minim risiko. Pendekatan ini menjadi pilihan ideal dalam menghadapi dinamika pasar yang kompetitif sekaligus memastikan kesinambungan usaha berbasis kearifan lokal.

Dipindai dengan CamScanner

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi pengembangan usaha minyak Mandar di Pasar Tradisional Kecamatan Alu mengarah pada pendekatan Selective Growth, sesuai posisi pada Kuadran III Matriks IE. Hal ini menunjukkan bahwa usaha memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal yang cukup baik, namun belum optimal untuk ekspansi agresif. Strategi yang dapat diterapkan meliputi pengembangan produk secara bertahap, peningkatan kualitas dan kemasan, serta perluasan pasar secara selektif melalui pemasaran lokal dan digital. Dukungan kemitraan dan pelatihan dari lembaga terkait juga dibutuhkan untuk mengatasi keterbatasan modal dan teknologi, serta mendorong keberlanjutan usaha.

B. Saran

Pelaku usaha minyak Mandar disarankan untuk meningkatkan kualitas dan kemasan produk agar lebih kompetitif, serta mulai memanfaatkan media digital untuk promosi dan penjualan. Pemerintah daerah dan lembaga pendukung diharapkan memberikan pelatihan, bantuan permodalan, dan pendampingan legalitas usaha guna memperkuat kapasitas pelaku UMKM. Regenerasi pelaku usaha juga perlu didorong agar usaha dapat berkelanjutan. Strategi pengembangan sebaiknya dilakukan secara bertahap dan selektif, dimulai dari penguatan pasar lokal sebelum memperluas ke pasar yang lebih luas.

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR PUSTAKA

Aistiawan, M.R.S. & Andesta, S. 2022. Analisis Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT Guna Peningkatan Penjualan Produk Lemari di UD Abdi Rakyat. *Jurnal Serambi Engineering* Vol 7(1) : 2683-2692 https://ojs.serambimekkah.ac.id/jse/article/view/2683-2692

Ajeng Alifah, F. (2024). Strategi Pengembangan Pasar, Inovasi Produk dan Keunggulan Kompetitif dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Siber Multi Disiplin* Vol 2(1) : 27–35. https://doi.org/10.38035/jsmd.v2i1.99

Anwar, M. (2022). Green Economy Sebagai Strategi Dalam Menangani Masalah Ekonomi Dan Multilateral. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)*, 4(15) : 343–356. https://doi.org/10.31092/jpkn.v4i1S.1905

Arafah, Rizkika Nur, and Subali. 2023. Pengaruh Word Of Mouth terhadap keputusan Pembelian Pada Konsumen Angkringan Cahsaiki Bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 11 (3) : 361-67. doi : 10.26740/jupe.v11n3. p361-367.

Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Polewali Mandar. 2024. *Kabupaten Polewali Mandar Dalam Angka.*

Berlian. 2022. "Tinjauan Strategi Pemasaran Penjualan Minyak Kelapa Mandar "Minna Tarrusang" di Lingkungan Layonga Majene Dalam Perspektif Syariah."

Dalmadi, 2019. "Development of Immersion and Plated Filtering' as an Alternative of VCO Making." *Jurnal Biologi Trofis* 19 (1) 116-22. doi: 10.29303/jbt.v19i1.1007.

Dwi Jayanti, I., Siregar, I., & Purnomo, B. (2023). Suku Mandar : Mengenal Kebudayaan Maritim Dari Provinsi Sulawesi Barat. *Krinok: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Sejarah*, *2*(1), 67–75. https://doi.org/10.22437/krinok.v2i1.24130

Erni, A., Mu'nisa, & Arsal, A. F. (2014). Pengaruh Pemberian Minyak Mandar yang Ditambahkan Bubuk Daun Sukun (Arthocarpus altilis) terhadap Kadar Kolesterol Mencit (Mus musculus). *Jurnal Bionature*, *15*(2), 90–96.

Fauziah, Sari, D., Rahmaniah, & Rahmayani, D. (2023). Komposisi asam lemak dan pengaruh penggunaan berulang terhadap kualitas minyak goreng tradisional mandar. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, *5*(2), 198–207.

Fawzi, M.G.H., Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, Denok Sunarsi. 2022. Strategi Pemasaran : Konsep, Teori dan Implementasi. Jakarta : Pascal Books

Dipindai dengan CamScanner

Fitri Indhasari, Muh. Mukhtadir Putra, Nadira, F. A. (2024). Pendampingan Industri Rumah Tangga Dalam Pengolahan Minyak Mandar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, *6*(1), 956–962

Fitiriani, Andiyono, Junardi and Tara Anantasya. 2023. "Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Minyak Kelapa di Kecamatan Jawai." *Journal of Food Security and Agroindustry* 1(2):1-10. doi:10.58184/jfsa.v1i2.43

Fitriany, F., Agunawan, A., Ifani, A. Z., Jamal, A., Auliah, M. R., Yamin, M. A., & Alwi, N. A. (2024). Pengembangan Produk Minyak Goreng Mandar di tengah Kelangkaan dan Mahalnya Minyak Goreng Sawit (Crude Palm Oil) di Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, *10*(1), 135. https://doi.org/10.35906/jurman.v10i1.1955

Gemina, Dwi; Rahmawati, & Dewi; Kartini, Tini. 2024 Loyalitas Pelanggan Berbasis Word of Mouth, Brand Image dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana,* Vol 13(8) : 1756-1769 https://doi.org/10.24843/EEB.2024.v13.i08.p20

Haeruddin, Basri, Z., & Ahmad, A. (2019). Faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap produk minyak kelapa (minyak mandar) desa patampanua kecamatan matakali kabupaten polewali mandar. *Jurnal Ilmu Pertanian*, *4*(1).

Haeruddin, Zulkipli Basri, and Hamma Ahmad. 2019. "Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Produk Minyak Kelapa (Minyak Mandar) Desa Patampanua Kecamatan Matakali Kabupaten Polewali Mandar." *AGROVITAL : Jurnal Ilmu Pertanian* 4(1):18. doi: 10.35329/agrovital.v4i1.320

Ilham, M. I. A. (2023). Pengembangan Media E-Book Pembuatan Minyak Mandar Pada Mata Pelajaran Kewirausahaan Kelas Xi Smk Negeri 5 Majene. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, *3*(2), 101–115. https://doi.org/10.37304/jtekpend.v3i2.8751

Indrayana, K., N. Kusrini, and M. Ricky. 2020. "Kelayakan Usaha Minyak Kelapa di Desa Lombong Timur, Kecamatan Malunda, Sulawesi Barat." *Jurnal Ilmiah Ilmu.* 2(1):102-9.

Isyanti, M., & Sirait, S.D. (2021). Fraksinasi Asam Laurat, Short Chain Triglyseride (SCT) dan Medium Chain Triglyceride (MCT) dari Minyak Kelapa Murni. *Warta IHP*, 38(2) : 160-168 https://media.neliti.com/media/publications/450433-none-575c60e3.pdf

Lenti Susana Saragih, Aurora Elise Putriku, Silvia Diva Sari, Yessi Novitasari Laia, & Yoga Syahputra. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0 . *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, *1*(3) : 63–72. https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.174

Lesmana, N., Hakim, I., Riana, Amriadi Sanjaya, Izzy Samsu Marsin, Mardiani Safitri, Eko Prasetyo, Heryani Witiyastuty, Ifdil Jamal, Rizki Firmanda,

Dipindai dengan CamScanner

Suparno, Aman, Hendri Herman. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Jawa Barat : Strategy Cita Semesta

Margaretha Hanna Tiffany, Dwi Ratna Sari, Fitri, A. M. B. S. (2023). Pendampingan Pengembangan Komoditas Lokal Pertanian Virgin Coconut Oil (VCO) Di Desa Katumbangan, Kecamatan Campalagian, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. *M A L A Q B I Q*, *2*(2), 111–117.

Masniati, M., & Erwin, E. (2022). Pemberdayaan Kelompok Kader Kesehatan Desa Tammangalle Melalui Pembuatan Virgin Coconut Oil (Vco) Salah Satu Alternatif Pencegahan Virus Covid- 19. *Sambulu Gana : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(1), 29–34. https://doi.org/10.56338/sambulu_gana.v1i1.2190

Mattoasi, and Usman. 2022. "Pelatihan Pembuatan Kelapa Menjadi Minyak Murni/Virgin Coconut Oil (VCO) Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat." *Mopolayio : Jurnal Pengabdian Ekonomi* 2(1):74-80

Miksusanti, Tri Kurnia Dewi, Almunady TP, Zainal Fanani. 2020. "Jurnal Pengabdian Sriwijaya 1098 Mengabdi Untuk Kemajuan Masyarakat Indonesia., 1098-1103.

Muhyidin, Ujang. 2023. (Pemanfaatan Modal Sosial Dalam Pemasaran Produk Usaha." 5(1)71-80.

Mujiba Rahmi, Reni Fatmasari Syafruddin, Siti Arwati. n.d. "Pengembangan Produk Olahan Kelapa Sebagai Sektor Unggul di Desa Bababulo Kabupaten Majene." *Agrimu Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 7823-30.

Musafira, Dzulkifli, Fardinah, N. (2020). Pengaruh Kadar Air dan Kadar Asam Lemak Bebas Terhadap Masa Simpan Minyak Kelapa Mandar [The Influence of Water Content and Free Fatty Acid Content on Mandar Coconut Oil Shelf Life]. *Riset Kimia*, *6*(November), 224–229.

Musafira, Dzulkifli, Hikmah, & Nizar. (2021). Pengaruh Penambahan Abu Sekam Padi Terhadap Peningkatan Kualitas Minyak Mandar. *KOVALEN: Jurnal Riset Kimia*, *7*(1), 83–88. https://doi.org/10.22487/kovalen.2021.v7.i1.15494

Musmawati, M., Irmawati, I., & Ambar, A. A. (2021). Introduksi Nilai-Nilai Lokal Pada Pemasaran Minyak Kelapa Khas Mandar. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, *21*(2), 236–244. https://doi.org/10.35965/eco.v21i2.1072

Mustafa. 2020. Rancang Bangun Sistem Kolaborasi UKM Berdasarkan Manajemen Rantai Pasok untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Kota Semarang. *Walisongo Journal of Information Technology*, Vol. 2 No. 2 : 93 – 104 https://journal.walisongo.ac.id/index.php/jit/article/view/5824

Nuraeni, R. (2018). Analisis Biaya Produksi Terhadap Pembuatan Minyak Goreng Di Dusun Talolo Kabupaten Polewali Mandar. *Jepa*, *1*(1), 29–39. https://ojs.unsulbar.ac.id/index.php/jepa/article/view/206

Dipindai dengan CamScanner

Oktav, R.L., Suci, W., & A. Rahmi , Trans. (2024). Pengaruh Pengelolaan Keuangan Terhadap Keberhasilan UMKM: Kajian Berdasarkan Hasil Penelitian Terkini. *Journals of Indonesian Multidisciplinary Research* Vol 3(2) : 86-100. https://doi.org/10.61291/ykqeqg49

Pagala, A. Y., & Nurdiyah, N. (2024). Pengembangan Home Industri Minyak Mandar Melalui Inovasi Tekhnologi Pengolahan Virgin Coconut Oil (Vco) Di Desa Mombi. *SIPISSANGNGI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(2), 165. https://doi.org/10.35329/jurnal.v4i2.5145

Purnama, D., agusfartham ramli, M., Anggraeny Ridwan, R., Rantika, D., Astuti, (2024). Pendampingan dan Pelatihan Pembuatan Sabuk Kelapa Menjadi Media Tanam (Cocopeat) di Desa Tammangalle Kecamatan Balanipa Kabupaten Polewali Mandar. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(1), 212–217. https://doi.org/10.31949/jb.v5i1.7301

Putra, Ary Eko Prastya. 2022. "Nilai Tambah Pengolahan Kelapa Menjadi VCO Dengan Metode Biasa dan Fermentasi." *Journal Of Agriculture Social and Economic* 1(1):33-53. doi: 10.54895/jase.v1i1.9439.

Putri, Suriati Eka, Ramdani, and Pince Salempa. 2019. "Peningkatan Produksi Minyak Kelapa Dengan Cara Fermentasi di Kabupaten Bulukumba." *Dedikasi* 21(1):26-29. doi: 1026858/dedikasi.v21i1.9439.

Puturuhu, Diana, Ch. Soselis, Hendry, and Johan Tanamal. 2023. "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Perkebunan Kelapa." *Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik dan Bisnis* 4(1):162.

Rahman, M. A., & Kandatong, H. (2022). Prospek Pengembangan Usaha Minyak Goreng Kelapa Mandar Di Desa Nepo Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Agroterpadu*, *1*(1), 35. https://doi.org/10.35329/ja.v1i1.2819

Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Setiadi, I., & Ruswanti, E. (2024). Analisa Kesadaran Masyarakat Terhadap Polahidup Sehat Dengan Makanan Organik. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *5*(1) : 20-25 https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2220

Syahidah, S. Z., Lestari, S. P., & Barlian, B. (2023). Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk (Survei Pada Home Industry Kamiya di Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya). *Journal of Indonesian Management*, Vol 3(1) : 69–80. https://doi.org/10.53697/jim.v3i1.1164

Dipindai dengan CamScanner

Syahmidarni Al Islamiyah, Margaretha Hanna Tiffany, I. (2023). Pemanfaatan Produk Samping Pengolahan Minyak Kelapa Mandar (Blondo) di Desa Galung Lombok. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, *04*(09), 29–37. https://doi.org/10.4236/fns.2013.49a2005

Syamsuri, S., Hafsah, H., & Alang, H. (2022). Peluang Wirausaha Diversifikasi Olahan Pangan Tradisional Berbasis Kearifan Lokal Oleh Suku Mandar di Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat, Indonesia. *Agro Bali : Agricultural Journal*, *5*(2), 313–321. https://doi.org/10.37637/ab.v5i2.959

Yusuf, A. Muri. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan.*

Wijaya, P. Y., Ni Nyoman Reni Suasih, & I Kadek Noppi Adi Jaya. 2022. Modernisasi Perniagaan Produk Barang Kebutuhan Pokok. *Prosiding* SNPPM-4 Universitas Muhammadiyah Metro Vol 4 : 174-181 https://prosiding.ummetro.ac.id/index.php/snppm/article/view/94

Wijayati, H. 2019. Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia

Dipindai dengan CamScanner