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

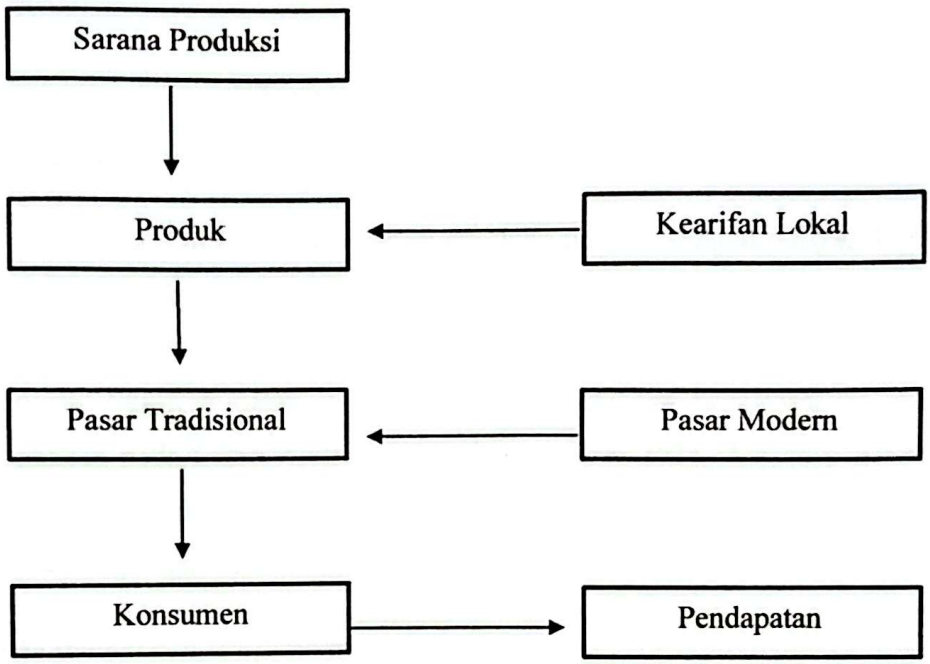
Letak geografis wilayah asal Suku Mandar menuntut masyarakatnya untuk terus berinovasi dan memanfaatkan potensi sumber daya laut demi kelangsungan hidup. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika Suku Mandar memiliki keragaman budaya maritim yang cukup kuat. Walaupun Suku Mandar bukan satu-satunya kelompok 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



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

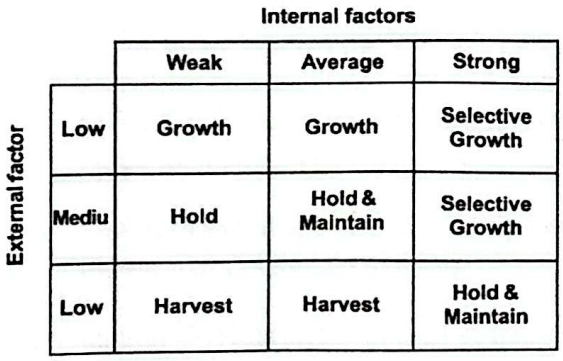
Dipindai dengan CamScanner

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 staratégi 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

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

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 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