ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MINYAK KELAPA PADA UMKM HELCO MELATI MENGGUNAKAN PENDEKATAN SWOT

Retmi Ismail [1], Merita Ayu Indrianti [2], Aditya Djaini [3], Moh Muchlis Djibran [4]
[1,2,3,4] Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Ilmu Komputer, Universitas Muhammadiyah Gorontalo
mmjibran17@umgo.ac.id

ABSTRACT

Coconut oil, as an agribusiness product that has significant economic potential has an important role in supporting the local economy, especially in Gorontalo Regency.`This study aims to analyze the coconut oil business development strategy at Helco Melati UMKM in Huidu Village, Limboto District, Gorontalo Regency, using SWOT analysis approach. This study uses qualitative methods with in-depth interviews, field observations, and documentation to collect data from internal UMKM and external factors that influence business development. The results of the analysis show that the main strengths are the efficiency of the production process (score 0.73) and a good reputation in the market (score 0. 45) while the weaknesses are the limitations of technology and raw materials. The big opportunity lies in the market trend towards organic products and the use of digital platforms for marketing (score 0.67), as well as the effectiveness of government support for MSMEs (score 0.67). The main threats are fluctuations in raw material prices (score 0.67) and increasingly tight market competition (score 0.89).

Keywords: *Business Development Strategy, MSMEs, Coconut Oif. SWOT Analysis*

ABSTRAK

Minyak kelapa, sebagai produk agribisnis yang memiliki potensi ekonomi signifikan, memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian lokal, terutama di daerah Kabupaten Gorontalo. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha minyak kelapa pada UMKM Helco Melati di Desa Huidu, Kecamatan Limboto, Kabupaten Gorontalo, menggunakan pendekatan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data dari pihak internal UMKM dan faktor eksternal yang mempengaruhi perkembangan usaha. Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan utama adalah efisiensi proses produksi (skor 0,73) dan reputasi yang baik di pasar (skor 0,45), sementara kelemahan adalah keterbatasan teknologi dan bahan baku. Peluang besar terletak pada tren pasar yang mengarah pada produk organik dan pemanfaatan platform digital untuk pemasaran (skor 0,67), serta efektivitas dukungan pemerintah terhadap UMKM (skor 0,67). Ancaman utama adalah fluktuasi harga bahan baku (skor 0,67) dan persaingan pasar yang semakin ketat (skor 0,89).

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha, UMKM, Minyak Kelapa, Analisis SWOT

I. Pendahuluan

Minyak kelapa merupakan salah satu produk agribisnis yang memiliki nilai ekonomi signifikan di Indonesia. Sebagai negara penghasil kelapa terbesar di dunia, Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah untuk memproduksi minyak kelapa. Produk ini memiliki banyak manfaat, baik sebagai bahan pangan, produk kecantikan, maupun bahan baku industri farmasi. Oleh karena itu, peran minyak kelapa dalam mendukung berbagai sektor menjadikannya komoditas yang vital bagi perekonomian, khususnya di wilayah pedesaan yang mengandalkan sektor agribisnis sebagai sumber utama pendapatan. Di daerah penghasil kelapa, seperti di Desa Huidu, Kecamatan Limboto, Kabupaten Gorontalo, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang pengolahan minyak kelapa menjadi penggerak utama ekonomi lokal. Banyak petani kelapa dan pelaku UMKM bergantung pada produksi dan pengolahan kelapa untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga mereka. Oleh karena itu, peningkatan produktivitas dan daya saing UMKM di sektor ini sangat diperlukan untuk mendukung pembangunan ekonomi pedesaan yang berkelanjutan.

Meskipun memiliki potensi yang besar, sektor minyak kelapa di Indonesia menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah ketergantungan pada teknologi tradisional dalam proses produksi yang sering kali membatasi kapasitas dan efisiensi. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku serta meningkatnya persaingan dari produk impor memengaruhi kestabilan pasar minyak kelapa di Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan berbasis inovasi dan peningkatan teknologi yang dapat memastikan keberlanjutan usaha di sektor ini. Pengembangan industri minyak kelapa juga sangat bergantung pada kebijakan pemerintah, baik di tingkat lokal maupun nasional. Program-program pemberdayaan UMKM, dukungan akses modal, serta insentif teknologi sangat penting untuk memperkuat daya saing produk minyak kelapa di pasar domestik dan internasional. Selain itu, kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah, lembaga keuangan, dan pelaku usaha, perlu ditingkatkan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan sektor ini. UMKM minyak kelapa di Desa Huidu memiliki potensi besar, namun mereka juga dihadapkan pada berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, teknologi yang belum memadai, dan akses pasar yang terbatas. Hal ini menghambat daya saing produk minyak kelapa lokal dibandingkan dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan besar atau produk impor.

Di samping itu, kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran modern juga menjadi hambatan bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Untuk itu, diperlukan pengembangan usaha yang tepat, yang didasarkan pada analisis yang mendalam mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi UMKM minyak kelapa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki oleh UMKM minyak kelapa di Desa Huidu, menggunakan pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan usaha minyak kelapa di daerah tersebut. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, diharapkan dapat disusun rekomendasi strategi yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha minyak kelapa di pasar yang semakin kompetitif.

II. Kajian Literatur Terdahulu

Pengertian dan Konsep UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, yang mengklasifikasikan UMKM berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. Usaha mikro memiliki kekayaan bersih maksimal Rp50 juta atau hasil penjualan tahunan maksimal Rp300 juta. Usaha kecil memiliki kekayaan bersih antara Rp50 juta hingga Rp500 juta, dengan penjualan tahunan antara Rp300 juta hingga Rp2,5 miliar. Sementara itu, usaha menengah

memiliki kekayaan bersih antara Rp500 juta hingga Rp10 miliar, atau penjualan tahunan antara Rp2,5 miliar hingga Rp50 miliar (Shalsabia & Widodasih, 2023).

UMKM memainkan peran strategis dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta penyediaan lapangan kerja. Sektor ini menyerap hampir 97% tenaga kerja dan berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Putra, 2018). Di sektor agribisnis, UMKM membantu dalam pengolahan hasil pertanian, seperti produksi minyak kelapa, yang meningkatkan nilai tambah produk pertanian.

Namun, UMKM juga memiliki tantangan, termasuk modal terbatas, teknologi sederhana, dan akses pasar terbatas. Struktur manajemen yang sederhana dan ketergantungan pada teknologi tradisional sering membatasi efisiensi operasional mereka. Meskipun demikian, UMKM tetap fleksibel dalam beradaptasi dengan pasar dan cenderung lebih cepat dalam mengubah strategi dibandingkan dengan perusahaan besar (Suwarningsih & Sumiati, 2024).

Industri Minyak Kelapa

Minyak kelapa adalah minyak yang diperoleh dari daging buah kelapa (Cocos nucifera). Terdapat dua jenis utama minyak kelapa, yaitu minyak kelapa murni (virgin coconut oil/VCO) yang dihasilkan tanpa pemanasan, menjaga kualitas dan kandungan nutrisinya, dan minyak kelapa biasa yang melalui proses pemurnian dengan pemanasan (Silalahi, 2020). Manfaat minyak kelapa sangat beragam, antara lain digunakan sebagai minyak goreng, produk perawatan kecantikan karena sifat melembapkannya, serta bahan baku di industri farmasi berkat sifat antimikroba dan antioksidannya.

Proses produksi minyak kelapa dapat dilakukan dengan dua metode utama: metode basah dan metode kering. Pada metode basah, daging kelapa segar diperas untuk menghasilkan santan yang kemudian diproses menjadi minyak melalui sentifugasi atau fermentasi, menghasilkan VCO berkualitas tinggi. Sedangkan pada metode kering, daging kelapa dikeringkan menjadi kopra dan diproses dengan pemanasan untuk menghasilkan minyak, yang lebih ekonomis namun dengan kualitas yang sedikit lebih rendah (Silalahi, 2020). UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam hal biaya dan akses teknologi, yang menghambat kemampuan mereka untuk menggunakan metode yang lebih efisien dan modern.

Pasar minyak kelapa, baik domestik maupun internasional, mengalami pertumbuhan seiring dengan tren gaya hidup sehat dan meningkatnya permintaan terhadap produk alami dan organik. Minyak kelapa, khususnya VCO, memiliki potensi pasar ekspor yang besar ke negara-negara seperti Amerika Serikat dan Jepang. Namun, UMKM minyak kelapa dihadapkan pada persaingan dengan produk lain seperti minyak kelapa sawit yang lebih murah, serta tantangan dalam standarisasi kualitas untuk bersaing di pasar global (Karouw et al., 2019).

Pengembangan Usaha dalam Sektor Agribisnis

Pengembangan usaha merujuk pada serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas, skala, dan profitabilitas suatu usaha. Dalam konteks UMKM agribisnis, pengembangan usaha mencakup aspek peningkatan modal, adopsi teknologi baru, peningkatan kapasitas produksi, hingga ekspansi pasar. Pengembangan ini penting untuk memastikan keberlanjutan usaha dan membantu UMKM menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif (Sudrajat et al., 2022).

UMKM di sektor agribisnis memiliki peran penting dalam perekonomian pedesaan. Mereka berkontribusi dalam pengolahan hasil pertanian dan meningkatkan pendapatan lokal. Namun, tantangan terbesar UMKM agribisnis adalah keterbatasan modal dan teknologi yang menghambat kemampuan mereka untuk menaikkan kapasitas produksi. Oleh karena itu, pengembangan UMKM dalam sektor ini memerlukan akses terhadap teknologi modern dan dukungan kebijakan pemerintah (Nurhalita & Imsar, 2022).

Strategi utama dalam pengembangan UMKM agribisnis adalah diversifikasi produk, penggunaan teknologi modern, dan perluasan akses pasar. Diversifikasi produk memungkinkan UMKM untuk

memperluas portofolio dan tidak hanya bergantung pada satu produk. Teknologi modern, seperti mesin pemroses otomatis, juga dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produk (Riska et al., 2023).

Kendala utama dalam pengembangan UMKM agribisnis termasuk infrastruktur yang buruk, regulasi pemerintah, dan perubahan iklim. Infrastruktur yang tidak memadai membatasi distribusi produk dan meningkatkan biaya logistik, sementara regulasi yang kompleks menghambat UMKM untuk memperoleh izin usaha dan memenuhi standar produk (Manik et al., 2023).

Pendekatan Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah kerangka kerja yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan suatu organisasi atau usaha. SWOT adalah singkatan dari Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman). Analisis ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1960-an oleh Albert Humphrey sebagai alat untuk membantu organisasi dalam merumuskan strategi yang efektif. Dalam konteks pengembangan usaha, analisis SWOT membantu pemilik usaha untuk memahami kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal mereka (Ratna et al., 2024).

Komponen utama dalam analisis SWOT terdiri dari Kekuatan, yang merujuk pada faktor internal yang memberikan keuntungan atau keunggulan kompetitif, seperti teknologi yang efisien atau kualitas produk yang unggul. Kelemahan adalah faktor internal yang menghambat pengembangan usaha, seperti keterbatasan modal atau teknologi. Peluang adalah faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha, seperti tren pasar yang menguntungkan. Sementara itu, Ancaman adalah faktor eksternal yang berpotensi membahayakan usaha, seperti persaingan yang semakin ketat atau perubahan regulasi (Utami et al., 2023).

Analisis SWOT sangat berguna dalam membantu UMKM agribisnis untuk memahami posisi mereka di pasar dan merumuskan strategi yang tepat. Dengan mengidentifikasi kekuatan dan peluang yang ada, serta kelemahan dan ancaman yang perlu diatasi, analisis SWOT memungkinkan pengusaha untuk merencanakan strategi pengembangan usaha yang lebih terarah dan berkelanjutan (Moko & Dhara Dyah Wulandari, 2022). Melalui analisis ini, UMKM dapat mengoptimalkan potensi internal mereka dan mengatasi hambatan eksternal untuk meningkatkan daya saing.

III. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan UMKM Helco Melati di Desa Huidu. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan utama penelitian ini adalah untuk memahami fenomena secara mendalam mengenai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha tersebut. Penelitian ini melibatkan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi langsung. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi kontekstual yang lebih dalam, seperti pengalaman dan pandangan pemilik serta manajer UMKM dalam menghadapi tantangan dan peluang pasar. Seperti diungkapkan oleh Yusanto (2020) pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali dinamika yang terjadi dalam konteks tertentu, yang sangat penting dalam memahami fenomena UMKM di Indonesia, terutama dalam menghadapi ketidakpastian pasar. Penelitian ini dilakukan di Desa Huidu, Kecamatan Limboto Barat, Kabupaten Gorontalo, dengan fokus pada UMKM minyak kelapa Helco Melati, yang merupakan satu-satunya usaha pengolahan minyak kelapa di desa tersebut. Penelitian berlangsung dari bulan November hingga Desember 2024. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kemudahan akses untuk pengumpulan data secara langsung, serta potensi yang ada untuk mempelajari dinamika pengembangan UMKM di daerah pedesaan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik, manajer, dan pekerja kunci di UMKM Helco Melati, serta melalui observasi langsung terhadap proses produksi dan manajemen usaha. Data

sekunder diperoleh dari literatur, laporan tahunan, dan dokumen terkait UMKM dan sektor agribisnis, seperti artikel ilmiah dan data statistik yang relevan. Populasi penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM Helco Melati, dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, di mana informan dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung di lokasi operasional UMKM, dan pengumpulan dokumen terkait untuk memperkaya analisis.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi akan dikelompokkan berdasarkan tema yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi dan menggambarkan kondisi internal dan eksternal yang mempengaruhi UMKM, serta untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat. Dalam analisis ini, Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary) digunakan untuk menilai faktor-faktor internal dan eksternal, yang kemudian diintegrasikan dalam strategi yang meliputi SO (Strengths-Opportunities), WO (Weaknesses-Opportunities), ST (Strengths-Threats), dan WT (Weaknesses-Threats), guna memberikan rekomendasi strategi pengembangan yang aplikatif dan berkelanjutan..

IV.Hasil Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

1. Analisis variabel-variabel yang menjadi kekuatan (Strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threat).

a) Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

Hasil identifikasi jenis-jenis variabel dari hasil wawancara dengan informan, diperoleh variabel-variabel kekuatan dan kelemahan. Untuk mengukur sejauhmana kekuatan dan kelemahan ini digunakan model matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS).

Tabel 1. Matriks IFAS

No		Nilai	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan					
1	Proses produksi yang efisien	4	0,36	2	0,73
2	Reputasi dan kepercayaan konsumen	5	0,45	1	0,45
3	Efisiensi kualitas bahan baku	1	0,09	3	0,27
4	sertifikasi halal dan PIRT yang Mendukung keunggulan produk	1	0,09	4	0,36
Total Kekuatan		11			1,82
Kelemahan					
1	Keterbatasan bahan baku	6	0,60	1	0,60
2	Keterbatasan modal	1	0,10	3	0,30
3	Keterbatasan teknologi	1	0,10	4	0,40
4	Kemampuan manajemen opreasional	2	0,20	2	0,40
Total Kelemahan		10			1,70

Berdasarkan perhitungan Matriks IFAS, sejumlah faktor internal mempengaruhi kinerja UMKM Helco Melati. Kekuatan utama terletak pada proses produksi yang efisien, yang memperoleh skor tertinggi 0,73, memungkinkan usaha untuk menjaga kualitas produk dengan biaya rendah. Reputasi dan kepercayaan konsumen, dengan skor 0,45, juga menjadi kekuatan penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan memperluas pasar. Selain itu, sertifikasi halal dan PIRT memperoleh skor 0,36, memberikan keunggulan produk yang aman dan terjamin kualitasnya. Namun, efisiensi kualitas bahan

baku, dengan skor terendah 0,27, menunjukkan perlunya perbaikan karena kualitas bahan baku mempengaruhi hasil akhir produk.

Di sisi lain, kelemahan internal juga menjadi tantangan yang harus diatasi. Keterbatasan bahan baku, yang memperoleh skor 0,60, dapat memengaruhi kapasitas produksi dan kestabilan biaya. Keterbatasan teknologi dan kemampuan manajemen, dengan skor 0,40, menunjukkan bahwa peningkatan di bidang ini diperlukan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Terakhir, keterbatasan modal dengan skor 0,30, menandakan perlunya akses yang lebih besar ke sumber daya finansial untuk mendukung operasional dan mempercepat pertumbuhan usaha.

b) Matriks *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS)

Tabel 2. Matriks EFAS

No	Peluang	Nilai	Bobot	Rating	Skor
Peluang					
1	Trend pasar untuk meningkatkan penjualan	2	0,33	1	0,33
2	potensi pertumbuhan pasar untuk produk minyak kelapa	1	0,17	3	0,5
3	pemanfaatan platform digital untuk pemasaran	2	0,33	2	0,67
4	efektifitas dukungan pemerintah dalam mendukung pengembangan usaha	1	0,17	4	0,67
Total Peluang		**6**			**2,17**
	Ancaman				
1	Fluktuasi harga bahan baku	2	0,22	2	0,44
2	dampak perubahan harga bahan baku	2	0,22	3	0,67
3	Ketergantungan pada Pemasok Tertentu	2	0,22	4	0,89
4	bebasnya tingkat persaingan minyak kelapa di pasar	3	0,33	1	0,33
Total Ancaman		**9**			**2,33**

Berdasarkan analisis Matriks EFAS, sejumlah peluang eksternal memberikan potensi besar untuk pengembangan UMKM Helco Melati. Pemanfaatan platform digital untuk pemasaran, dengan skor 0,67, membuka akses pasar yang lebih luas dan mempermudah interaksi dengan konsumen. Dukungan pemerintah dalam bentuk pembiayaan, pelatihan, dan kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM juga memiliki skor 0,67, memberikan peluang signifikan bagi keberlanjutan usaha. Selain itu, pertumbuhan pasar produk minyak kelapa, yang mendapat skor 0,50, menunjukkan adanya permintaan yang terus berkembang, baik di pasar lokal maupun internasional. Tren pasar yang semakin mengarah ke produk alami dan organik, dengan skor 0,33, juga memberikan peluang untuk meningkatkan penjualan.

Namun, terdapat beberapa ancaman eksternal yang perlu diperhatikan. Persaingan yang ketat di pasar menjadi ancaman utama dengan skor tertinggi 0,89, yang dapat mempengaruhi posisi pasar dan margin keuntungan. Perubahan harga bahan baku, yang memperoleh skor 0,67, juga menjadi ancaman signifikan, karena fluktuasi harga mempengaruhi biaya produksi. Ketidakstabilan pasokan bahan baku, dengan skor 0,44, menjadi masalah lain yang perlu diatasi. Tingkat persaingan bebas di pasar, dengan skor 0,33, menunjukkan bahwa pasar yang sangat terbuka dapat menyebabkan persaingan tinggi, sehingga UMKM perlu menjaga kualitas dan harga produk untuk tetap kompetitif.

2. Penerapan Strategi

Penerapan strategi yang tepat sangat penting bagi UMKM untuk memaksimalkan potensi kekuatan dan peluang yang dimiliki, serta mengurangi atau mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada. Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal, berbagai strategi dapat dirumuskan untuk

pengembangan usaha minyak kelapa di UMKM Helco Melati, Desa Huidu. Dalam hal ini, analisis SWOT menjadi alat yang efektif untuk mengevaluasi secara sistematis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, sehingga dapat menghasilkan langkah-langkah strategis yang tepat dalam mengoptimalkan kinerja usaha. Dengan menggunakan analisis ini, UMKM dapat merumuskan kebijakan yang lebih terfokus, di mana strategi yang diambil bertujuan untuk memperkuat aspek positif yang ada serta mengatasi atau memitigasi faktor-faktor negatif yang dapat menghambat perkembangan usaha. Berdasarkan hasil analisis tersebut, berikut disajikan tabel strategi yang dirancang untuk mendukung pengembangan UMKM Helco Melati ke depannya.

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, terdapat beberapa strategi kebijakan yang dapat diterapkan untuk mendukung Pengembangan Usaha Minyak Kelapa pada UMKM Helco Melati di Desa Huidu. Strategi-strategi ini dirumuskan dengan mempertimbangkan kekuatan internal dan peluang eksternal yang ada, serta untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi oleh usaha ini. Adapun strategi yang diusulkan antara lain :

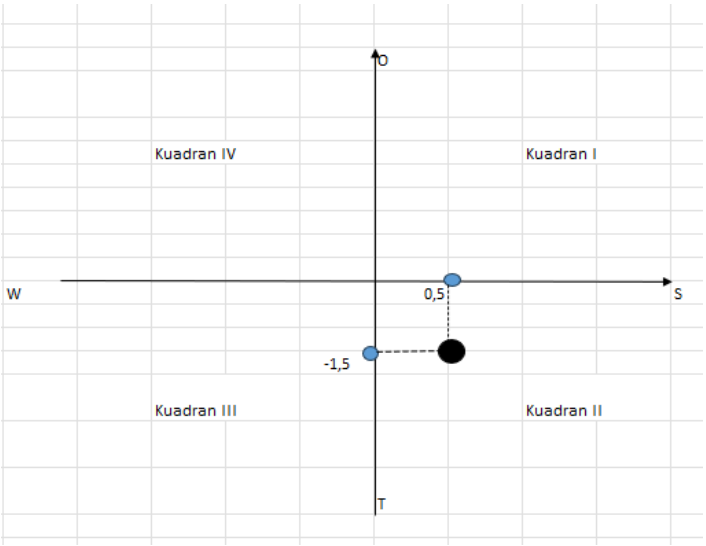
a) Kolaborasi dengan Pihak Lain
   UMKM Helco Melati dapat memperkuat kemitraan dengan pihak lain, seperti pemasok bahan baku, lembaga pemerintah, atau mitra bisnis lainnya, untuk meningkatkan stabilitas pasokan dan memperluas jaringan distribusi. Kolaborasi ini juga dapat membuka peluang untuk mendapatkan akses ke teknologi dan sumber daya yang lebih baik.
b) Meningkatkan Penggunaan Platform Digital untuk Pemasaran
   Dalam era digital saat ini, pemanfaatan platform digital untuk pemasaran menjadi sangat penting. UMKM dapat memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas produk minyak kelapa melalui media sosial, website, dan e-commerce. Strategi ini memungkinkan usaha untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien.
c) Diversifikasi Sumber Bahan Baku
   Memanfaatkan efisiensi dan reputasi usaha untuk membangun kemitraan dengan beberapa pemasok bahan baku sekaligus, sehingga tidak bergantung pada satu pemasok dan dapat meredam dampak fluktuasi harga serta kelangkaan pasokan.
d) Menggunakan Peralatan Modern Berskala UKM yang Meningkatkan Efisiensi
   Salah satu cara untuk meningkatkan produktivitas adalah dengan menggunakan peralatan modern yang sesuai dengan skala usaha kecil dan menengah (UKM). Investasi dalam teknologi yang efisien dapat mengurangi waktu produksi dan meningkatkan kualitas produk, serta mengoptimalkan operasional di seluruh tahapan proses, mulai dari produksi hingga pengemasan.
e) Mengoptimalkan Dukungan yang Diberikan Pemerintah
   Pemerintah seringkali menawarkan berbagai program dukungan untuk UMKM, mulai dari bantuan finansial, pelatihan, hingga pemasaran. UMKM Helco Melati perlu memanfaatkan dukungan pemerintah ini secara maksimal untuk mengembangkan usaha, baik dari segi kapasitas produksi maupun peningkatan keterampilan manajerial.
f) Membuat Standar Kerja untuk Tiap Proses (Produksi, Pengemasan, Pengiriman)
   Penyusunan standar operasional prosedur (SOP) yang jelas untuk setiap tahap dalam proses produksi, pengemasan, dan pengiriman akan meningkatkan efisiensi dan kualitas produk secara konsisten. Dengan adanya standar kerja yang terstruktur, UMKM dapat memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang sama, dan setiap tahap proses dilakukan dengan cara yang efisien.
g) Kampanye Edukasi Konsumen tentang Nilai Tambah Produk Lokal
   Menggunakan kekuatan reputasi dan kualitas produk untuk mengedukasi konsumen mengenai manfaat minyak kelapa lokal UMKM Helco Melati, keunggulan proses produksinya, dan dampaknya terhadap pemberdayaan ekonomi lokal khususnya di Desa Huidu

Tabel 3. Matriks SWOT

EFAS/IFAS	*Strength* (S)	*Weakness* (W)
	1. Proses produksi yang efisien 2. Reputasi dan kepercayaan konsumen 3. Efisiensi kualitas bahan baku 4. Sertifikasi halal dan PIRT yang mendukung keunggulan produk	1. Keterbatasan bahan baku 2. keterbatasan modal 3. keterbatasan teknologi 4. Kemampuan manajemen opreasional
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Trend pasar untuk meningkatkan penjualan 2. potensi pertumbuhan pasar untuk produk minyak kelapa 3. pemanfaatan platform digital untuk pemasaran 4. efektifitas dukungan pemerintah dalam mendukung pengembangan usaha	1. Kolaborasi dengan pihak lain 2. Meningkatkan penggunaan platform digital untuk pemasaran 3. Gunakan peralatan modern berskala UKM yang meningkatkan efisiensi 4. Mengoptimalkan dukungan yang diberikan pemerintah	1. kerja sama jangka panjang untuk pasokan kelapa berkualitas dengan sistem bagi hasil atau harga tetap. 2. Buat standar kerja untuk tiap proses (produksi, pengemasan, pengiriman)
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Fluktuasi harga bahan baku 2. Dampak perubahan harga bahan baku 3. Ketergantungan pada Pemasok Tertentu 4. Bebasnya tingkat persaingan minyak kelapa di pasar	1. Diversifikasi Sumber Bahan Baku. 2. Kerja sama jangka panjang dengan harga yang disepakati (kontrak supply) 3. Kampanye Edukasi Konsumen tentang keunggulan Produk Lokal.	1. Sertifikasi, transparansi proses, review pelanggan 2. Sistem pencatatan manual, pembagian kerja, evaluasi rutin 3. Branding unik, niche market, nilai tambah, testimoni

4. Diagram Analisis SWOT

Diagram Analisis SWOT digunakan untuk menentukan posisi perusahaan berdasarkan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja usaha. Diagram ini terbagi menjadi empat kuadran, masing-masing menggambarkan kondisi yang berbeda dan strategi yang harus diterapkan. Pada Kuadran 1, perusahaan memiliki kekuatan internal yang besar dan mampu memanfaatkan peluang yang ada, sehingga strategi yang tepat adalah pertumbuhan agresif. Di Kuadran 2, meskipun menghadapi ancaman eksternal, perusahaan masih memiliki kekuatan internal yang bisa dimanfaatkan, sehingga strategi yang direkomendasikan adalah diversifikasi produk atau pasar untuk memanfaatkan peluang jangka panjang. Sementara itu, di Kuadran 3, perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar namun terkendala oleh kelemahan internal, sehingga strategi yang diperlukan adalah meminimalkan kelemahan internal untuk meraih peluang pasar yang lebih baik. Di Kuadran 4, perusahaan menghadapi ancaman eksternal besar dan kelemahan internal, yang memerlukan strategi restrukturisasi dan perbaikan internal agar dapat bertahan.



Gambar 1. Matriks SWOT

Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT, posisi perusahaan saat ini terletak di Kuadran II, dengan titik potong sumbu X dan Y pada koordinat (0,5; -1,5). Pada kuadran ini, perusahaan menghadapi sejumlah ancaman eksternal, tetapi masih memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk bertahan dan berkembang. Strategi yang harus diterapkan adalah memanfaatkan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal dan memanfaatkan peluang jangka panjang. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah diversifikasi, baik dalam hal produk maupun pasar, untuk mengurangi ketergantungan pada satu produk atau pasar. Langkah strategis yang dapat diambil antara lain: diversifikasi sumber bahan baku, yang dapat mengurangi ketergantungan pada pemasok tertentu dan menstabilkan harga bahan baku, kerja sama jangka panjang dengan harga tetap dengan mitra, serta kampanye edukasi konsumen untuk meningkatkan pengetahuan tentang keunggulan produk UMKM Helco Melati, termasuk dampak positif dari minyak kelapa lokal dan pemberdayaan ekonomi yang dihasilkan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis SWOT, terdapat berbagai faktor internal yang mempengaruhi kinerja UMKM Helco Melati. Kekuatan utama yang dimiliki adalah proses produksi yang efisien, yang memperoleh skor tertinggi 0,73, menunjukkan kemampuan UMKM untuk menjaga kualitas produk dengan biaya yang lebih rendah. Selain itu, reputasi dan kepercayaan konsumen juga menjadi kekuatan penting, dengan skor 0,45, yang menunjukkan pentingnya hubungan yang baik dengan pelanggan. Sertifikasi halal dan PIRT yang dimiliki produk memperkuat posisi ini, terutama di pasar yang lebih mengutamakan keamanan dan kualitas produk. Namun, efisiensi kualitas bahan baku, dengan skor terendah 0,27, menunjukkan bahwa peningkatan kualitas bahan baku sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk di pasar.

Di sisi kelemahan, keterbatasan bahan baku menjadi faktor utama dengan skor 0,60, yang dapat menghambat peningkatan kapasitas produksi dan mempengaruhi kestabilan biaya operasional. Selain itu, keterbatasan modal, teknologi, dan kemampuan manajerial juga menjadi tantangan utama. Pengelolaan teknologi yang masih bersifat tradisional dan keterbatasan dalam manajemen operasional menunjukkan perlunya pelatihan dan pengembangan sistem manajerial untuk meningkatkan efisiensi usaha. Hal ini serupa dengan tantangan yang dihadapi oleh UMKM lain, seperti yang ditemukan dalam penelitian oleh Farhah et al. (2023) mengenai UMKM Roti Anget di Kabupaten Bogor, yang juga mengalami hambatan terkait modal dan bahan baku.

Faktor eksternal menunjukkan beberapa peluang yang signifikan bagi UMKM Helco Melati, terutama dalam pemanfaatan platform digital untuk pemasaran dan dukungan pemerintah dalam pengembangan UMKM, masing-masing dengan skor 0,67. Peningkatan penggunaan media sosial dan e-commerce memberi peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, pasar untuk produk minyak kelapa menunjukkan potensi pertumbuhan yang besar. Namun, ancaman terbesar yang dihadapi adalah fluktuasi harga bahan baku dan dampaknya terhadap biaya produksi, serta persaingan pasar yang semakin bebas, yang membutuhkan strategi untuk mengatasi ketidakstabilan pasar, seperti yang disarankan oleh Moko dan Wulandari (2022).

Berdasarkan analisis SWOT, beberapa strategi yang diusulkan untuk pengembangan UMKM Helco Melati meliputi diversifikasi sumber bahan baku untuk mengurangi ketergantungan pada satu pemasok dan menstabilkan harga bahan baku. Selain itu, kerja sama jangka panjang dengan mitra pemasok dapat memperkuat hubungan bisnis dan menjaga kestabilan pasokan. Strategi lainnya adalah kampanye edukasi konsumen, yang memanfaatkan reputasi dan kualitas produk untuk meningkatkan pengetahuan konsumen mengenai manfaat minyak kelapa lokal dan dampaknya terhadap pemberdayaan ekonomi lokal.

V.Kesimpulan (Conclusions) (bold, 12 pt)

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa UMKM Helco Melati memiliki kekuatan internal yang signifikan, seperti reputasi produk, kualitas bahan baku yang terjamin, dan sertifikasi yang mendukung kredibilitas usaha. Namun, kelemahan internal yang perlu diatasi adalah ketergantungan pada pemasok tertentu dan fluktuasi harga bahan baku. Secara eksternal, UMKM ini memiliki peluang besar untuk memperluas pasar dengan edukasi konsumen dan memanfaatkan tren produk alami. Namun, tantangan eksternal seperti fluktuasi harga bahan baku dan persaingan pasar yang ketat tetap menjadi ancaman. Strategi yang diterapkan, seperti diversifikasi sumber bahan baku, kerja sama jangka panjang dengan harga yang disepakati, dan kampanye edukasi konsumen, efektif dalam mengurangi ketergantungan pada pemasok tunggal, menstabilkan harga bahan baku, serta meningkatkan kualitas dan ketahanan usaha. Dengan memanfaatkan kekuatan produk dan proses produksi, UMKM Helco Melati dapat memperkuat posisi di pasar sekaligus mendukung pemberdayaan ekonomi lokal.

Daftar Pustaka (References)

Karouw, S., Santosa, B., & Maskromo, I. (2019). Teknologi Pengolahan Minyak Kelapa Dan Hasil Ikutannya / Processing Technology of Coconut Oil and Its by Products. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pertanian*, *38*(2), 86. https://doi.org/10.21082/jp3.v38n2.2019.p86-95

Manik, J. R., Siregar, G., & Ambarwati, M. (2023). Correlation Between the Performance of Agricultural Extension Workers and the Behavior of Vegetable Farmers in Terjun, Medan Marelan, North Sumatra, Indonesia. *Agriecobis Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, *6*(02), 117–128. https://doi.org/10.22219/agriecobis.v6i02.28554

Moko, W., & Dhara Dyah Wulandari. (2022). Analisis strategi pengembangan bisnis pada umkm menggunakan pendekatan analisis SWOT dan QSPM matriks. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, *1*(1), 1–12. https://doi.org/10.21776/jki.2022.01.1.01

Nurhalita, S., & Imsar, I. (2022). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di Kabupaten Langkat. *Maro Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, *5*(1), 84–90. https://doi.org/10.31949/maro.v5i1.2282

Ratna, P., Sari, K., Suardika, K., Satya, S., & Singaraja, D. (2024). *Analisis Studi Komparatif Keberhasilan Berwirausaha Pada Pengusaha Vco (Virgin Coconut Oil) Di Kabupaten Buleleng*. http://journal.unmasmataram.ac.id/index.php/GARA

Riska, R., Hisrah, H., Dewi, D., Darlina, D., Risal, Muh., Ahdan, Muh. R., Purbaningsih, Y., & Masitah, M. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha Kopra Putih Di Desa Lameo-Meong Kecamatan Poleang Barat Kabupaten Bombana*. *6*(2), 117. https://doi.org/10.33096/wiratani.v6i2.305

Shalsabia, A., & Widodasih, R. R. W. K. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis Swot Pada Umkm Iin Collection Di Cikarang Pusat. *Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa*, *09*(02).

Silalahi, J. (2020). Nutritional Values and Health Protective Properties Of Coconut Oil. *Indonesian Journal of Pharmaceutical and Clinical Research (IDJPCR)*, *03*(2), 1–12.

Sudrajat, A., Megawati, L., & Munasto, D. (2022). Workshop Peningkatan UMKM Melalui Pengelolaan Keuangan Dan Pemasaran Di Desa Balongsari. *Dikemas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, *6*(1). https://doi.org/10.32486/dikemas.v6i1.301

Suwarningsih, N. L. P. I., & Sumiati, S. (2024). Perumusan Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM dengan Analisis Matriks SWOT dan QSPM. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, *3*(1), 209–221. https://doi.org/10.21776/jki.2024.03.1.17

Utami, M., Novitasari, D., Teknologi Pertanian, J., Pertanian, F., & Jenderal Soedirman, U. (2023). *Analisis kelayakan usahatani budidaya jagung pipil hibrida pada program tunas bima bersama mitra pt. Hibrida jaya unggul feasibility analysis of hybrid shelled corn farming in the tunas bima program with partners pt. Hibrida jaya unggul*. *7*(4), 1374–1386. https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.04.17

Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, *1*(1). https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764