

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minyak Kelapa Pada UMKM Helco Melati Menggunakan Pendekatan SWOT

Retmi Ismail¹, Merita Ayu Indrianti², Aditya Djaini³, Moh Muchlis Djibran⁴

^{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 with significant economic potential, plays an important role in supporting the local economy, especially in Gorontalo Regency. This study aims to analyze the business development strategy of coconut oil at UMKM Helco Melati in Huidu Village, Limboto District, Gorontalo Regency, using a SWOT analysis approach. A qualitative method was employed, with data collected through in-depth interviews, field observations, and documentation from internal UMKM stakeholders and external factors influencing business development. The results show that the main strengths are production process efficiency (score 0.73) and strong market reputation (score 0.45), while weaknesses include technology limitations and raw material constraints. Key opportunities lie in the growing trend toward organic products and the utilization of digital marketing platforms (score 0.67), as well as effective government support for MSMEs (score 0.67). The main threats are raw material price fluctuations (score 0.67) and increasingly intense market competition (score 0.89). The SWOT matrix positions the company in Quadrant II, indicating that the business must leverage its internal strengths to counter external threats through strategies such as raw material diversification, long-term supply agreements, and consumer education campaigns

Keywords: Business Development Strategy, MSMEs, Coconut Oil, 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 (skor 0,40). 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

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kelapa terbesar di dunia, dengan sekitar 6,6 juta petani menggantungkan pendapatan utama mereka pada komoditas kelapa dan produk turunannya (Alouw & Wulandari, 2020). Nilai ekspor kelapa Indonesia pada tahun 2020 mencapai USD 890 juta, dengan sekitar separuhnya berasal dari minyak kelapa olahan (Hestina et al., 2023). Di tingkat pedesaan, usaha pengolahan minyak kelapa baik minyak kelapa biasa maupun minyak kelapa murni (*virgin coconut oil/VCO*) terbukti berkontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga dan penguatan ekonomi lokal (Azis et al., 2020; Gulo & Lubis, 2025).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor agribisnis menjadi tulang punggung perekonomian pedesaan. Secara nasional, UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja Indonesia dan berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (Chairani et al., 2025; Wati et al., 2024). Di sektor pertanian, UMKM mampu mentransformasikan sumber daya alam lokal menjadi produk bernilai tambah melalui pengolahan dan inovasi produk, sehingga menjadi motor pembangunan ekonomi pertanian yang berkelanjutan (Ernah et al., 2025). Khususnya dalam rantai nilai kelapa, pengolahan menjadi minyak kelapa memberikan nilai tambah yang signifikan dan membuka peluang kerja bagi perempuan dan ibu rumah tangga di pedesaan (Adnyani et al., 2023; Jamil et al., 2024).

Meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM pengolahan minyak kelapa masih menghadapi berbagai hambatan struktural. Penelitian pada UMKM minyak kelapa di berbagai wilayah Indonesia menunjukkan bahwa keterbatasan teknologi produksi tradisional, keterbatasan modal, lemahnya manajemen usaha, dan keterbatasan akses pasar menjadi hambatan utama yang menghambat perkembangan usaha (Baka et al., 2020; Husaini et al., 2024a). Penggunaan teknologi tradisional seperti perebusan manual dan fermentasi sederhana terbukti menghasilkan rendemen yang rendah (hanya 6,3–61,3%) dibandingkan teknologi modern yang dapat mencapai 77,7%, dengan konsistensi kualitas yang jauh lebih baik (Nwankwo et al., 2025). Ketika intervensi teknologi tepat guna diterapkan, kapasitas produksi UMKM minyak kelapa di Desa Posso, Gorontalo Utara meningkat dari 60 liter per bulan menjadi 150–200 liter per bulan (Azis et al., 2020), mengonfirmasi bahwa keterbatasan teknologi merupakan hambatan nyata yang dapat diatasi.

Di sisi eksternal, permintaan global terhadap produk minyak kelapa alami terus tumbuh pesat seiring meningkatnya tren gaya hidup sehat. Pasar global VCO diproyeksikan tumbuh dengan *compound annual growth rate* (CAGR) lebih dari 9%, dari sekitar USD 2,7 miliar pada 2018 menjadi USD 4,7 miliar pada 2024 (Ya'akob et al., 2023). Studi preferensi konsumen di India dan Indonesia mengonfirmasi bahwa manfaat kesehatan merupakan atribut terpenting yang mendorong konsumen memilih VCO, melampaui pertimbangan harga dan merek (Bahari et al., 2019; P. et al., 2023). Namun, di sisi lain, UMKM juga menghadapi ancaman berupa persaingan yang semakin ketat dari produk minyak kelapa sawit yang jauh lebih murah dan minyak nabati substitusi lainnya. Di Kepulauan Konawe, keberadaan minyak sawit dari industri besar secara langsung dikaitkan dengan kemunduran usaha minyak kelapa rakyat (Baka et al., 2020), sementara fluktuasi harga bahan baku kelapa yang tidak menentu menekan margin keuntungan dan mengganggu kestabilan operasional UMKM (Safira et al., 2023).

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) telah terbukti menjadi alat perencanaan strategi yang efektif bagi UMKM di sektor agribisnis. Berbagai penelitian menggunakan integrasi Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), EFAS (*External Factor Analysis Summary*), dan Matriks SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal secara sistematis, lalu merumuskan strategi SO, WO, ST, dan WT yang konkret dan terukur (Muzaffar et al., 2022; Suri et al., 2025). Pendekatan ini telah diterapkan pada berbagai UMKM agribisnis, mulai dari pengolahan pisang, keripik ubi, hingga perkebunan kelapa sawit di berbagai wilayah Indonesia ((Akbar, 2025; Hermanto & Wahyuni, 2021; Nisa, 2024).

Namun, meskipun kajian SWOT pada UMKM agribisnis dan olahan kelapa cukup banyak dilakukan di berbagai wilayah Indonesia, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang signifikan, belum ditemukan studi yang secara eksplisit mengintegrasikan Matriks IFAS, EFAS, dan SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan UMKM minyak kelapa kampung berbasis produksi tradisional di wilayah Gorontalo (Azis et al., 2020; Busman et al., 2026; Suyanto et al., 2024). Studi satu-satunya yang mendekati konteks ini, pengembangan usaha minyak kelapa tradisional di Desa Posso, Gorontalo Utara lebih berfokus pada intervensi teknologi dan pelatihan, tanpa menyertakan analisis SWOT formal yang komprehensif (Azis et al., 2020). Kajian SWOT pada UMKM minyak kelapa yang ada di daerah lain, seperti di Gesikharjo, Jawa Timur (Nisa, 2024) dan di Majene, Sulawesi Barat (Busman et al., 2026), menunjukkan pentingnya kajian berbasis konteks lokal mengingat perbedaan kondisi rantai pasok, struktur persaingan, dan karakteristik pasar yang berbeda antar wilayah.

Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada penerapan integrasi komprehensif Matriks IFAS, EFAS, dan SWOT secara pertama kalinya pada UMKM minyak kelapa kampung berbasis produksi tradisional di Kabupaten Gorontalo, dengan mengaitkan hasil analisis pada karakteristik spesifik produksi tradisional lokal, dinamika rantai pasok kelapa Gorontalo, dan peluang pasar VCO yang sedang berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki oleh UMKM Helco Melati di Desa Huidu; dan (2) merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi strategis bagi pengusaha minyak kelapa lokal, pemerintah daerah Kabupaten Gorontalo, dan pemangku kepentingan lainnya dalam upaya penguatan daya saing UMKM agribisnis berbasis kelapa di wilayah Indonesia Timur

II. Kajian Literatur Terdahulu (Literature Review)

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 sentrifugasi 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 terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik, manajer, dan pekerja kunci UMKM Helco Melati (berjumlah 10 orang), serta melalui observasi langsung terhadap proses produksi dan manajemen usaha. Wawancara dirancang semi-terstruktur menggunakan panduan pertanyaan mencakup aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha. Data sekunder diperoleh dari artikel ilmiah, laporan pemerintah terkait UMKM agribisnis, dan data statistik produksi minyak kelapa yang relevan. Populasi penelitian adalah seluruh pelaku usaha UMKM Helco Melati. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, di mana informan dipilih berdasarkan kriteria relevansi dengan tujuan penelitian, yaitu keterlibatan langsung dalam operasional usaha (Campbell et al., 2020). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan studi dokumentasi.

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 operasional	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)

Faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi UMKM Helco Melati dinilai menggunakan Matriks EFAS sebagaimana disajikan pada Tabel 2 berikut :

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 3 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 :

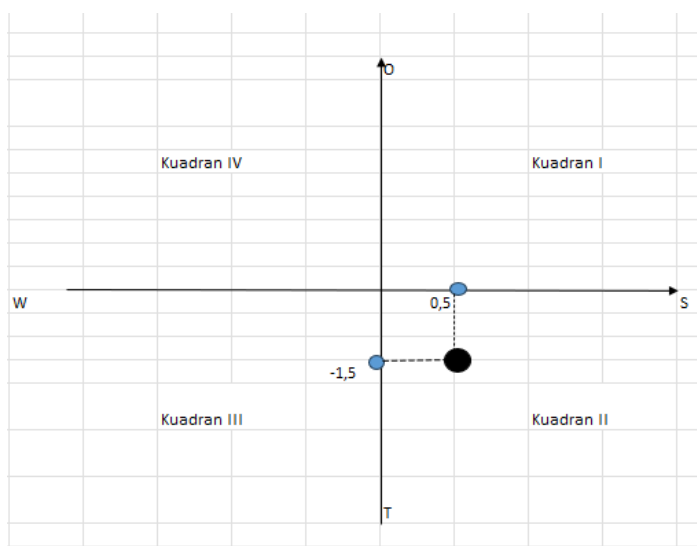
- a) Kolaborasi dengan Pihak Lain
UMKM Helco Melati dapat memperkuat kemitraan dengan pihak lain, seperti pemasok bahan baku, lembaga pemerintah, atau mitra bisnis lainnya, untuk meningkatkan stabilitas pasokan dan memperluas jaringan distribusi. Kolaborasi ini juga dapat membuka peluang untuk mendapatkan 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)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses produksi yang efisien 2. Reputasi dan kepercayaan konsumen 3. Efisiensi kualitas bahan baku 4. Sertifikasi halal dan PIRT yang mendukung keunggulan produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan bahan baku 2. keterbatasan modal 3. keterbatasan teknologi 4. Kemampuan manajemen operasional
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 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
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fluktuasi harga bahan baku 2. Dampak perubahan harga bahan baku 3. Ketergantungan pada Pemasok Tertentu 4. Bebasnya tingkat persaingan minyak kelapa di pasar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diversifikasi Sumber Bahan Baku. 2. Kerja sama jangka panjang dengan harga yang disepakati (kontrak supply) 3. Kampanye Edukasi Konsumen tentang keunggulan Produk Lokal. 	<ol style="list-style-type: none"> 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

Hasil Matriks IFAS menunjukkan bahwa kekuatan utama UMKM Helco Melati adalah efisiensi proses produksi (skor 0,73), diikuti reputasi dan kepercayaan konsumen (skor 0,45), sertifikasi Halal dan P-IRT (skor 0,36), serta kualitas bahan baku (skor 0,27). Efisiensi produksi yang tinggi sejalan dengan temuan Rianda & Zani (2021) serta Fudjaja et al. (2020) yang menegaskan produktivitas dan teknologi sebagai penentu utama daya saing UMKM minyak kelapa. Meski Helco Melati hanya memproduksi 480 botol per bulan secara tradisional, hal ini justru membuktikan bahwa optimasi pada skala kecil pun dapat menjadi keunggulan kompetitif yang nyata. Husaini et al. (2024b) bahkan membuktikan bahwa adopsi teknologi tepat guna mampu meningkatkan efisiensi produksi VCO hingga 47,3% dan pendapatan hingga 35,2%—mengindikasikan masih besarnya potensi yang dapat dikembangkan.

Reputasi dan kepercayaan konsumen (skor 0,45) merupakan aset strategis yang sulit ditiru pesaing. Muliandiyah (2024) serta Hastari et al. (2023) membuktikan bahwa kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dan keberlanjutan usaha. Lebih jauh, Iswati dan Ardiwansyah (2025) mengonfirmasi bahwa branding dan kemasan kreatif pada produk VCO lokal memperkuat identitas merek dan meningkatkan respons positif konsumen. Sertifikasi Halal dan P-IRT yang dimiliki Helco Melati (skor 0,36) turut memperkuat posisi ini Riana (2024) dan Permani et al. (2023) membuktikan bahwa kombinasi kedua sertifikasi tersebut berpengaruh signifikan terhadap penjualan, bahkan mampu mendorong pendapatan *e-commerce* 2–3 kali lebih tinggi—sebuah peluang strategis yang sangat relevan ketika Helco Melati kelak memasuki ranah pemasaran digital.

Kelemahan internal yang teridentifikasi meliputi keterbatasan bahan baku (skor 0,60), keterbatasan teknologi (skor 0,40), kemampuan manajemen operasional yang terbatas (skor 0,40), dan keterbatasan modal (skor 0,30). Keterbatasan bahan baku menjadi kelemahan paling kritis karena pola pembelian spot market tanpa kontrak membuat pasokan tidak stabil—sebagaimana ditemukan Adiyoga dan Musaddad (2020) pada rantai pasok industri rumah tangga. Kondisi ini diperparah oleh temuan Atmaja dan Akoeb (2020) bahwa keterbatasan pasokan langsung meningkatkan biaya operasional per unit, serta oleh Honlah et al. (2024) yang memperlihatkan bahwa pengolah VCO lokal di Ghana dapat kehilangan hingga 90% pasokan ketika eksportir menawarkan harga lebih tinggi kepada petani—dinamika laten yang perlu diantisipasi oleh Helco Melati.

Keterbatasan teknologi (skor 0,40) turut membatasi kapasitas dan konsistensi kualitas Nwankwo et al. (2025) serta Odoom et al. (2016) mengonfirmasi bahwa metode tradisional menghasilkan rendemen jauh lebih rendah dibanding metode modern, terutama di wilayah terpencil seperti Gorontalo yang aksesnya terhadap teknologi tepat guna lebih terbatas. Kelemahan manajemen operasional—yang diperparah oleh mayoritas tenaga kerja berpendidikan dasar (70% SD)—selaras dengan temuan Hasnan (2022) mengenai banyaknya ketidaksesuaian GMP pada usaha kecil pangan. Latifah dan Wijayanti (2021) membuktikan bahwa penerapan manajemen mutu dan rantai pasok yang terstruktur meningkatkan kinerja operasional UMKM pangan secara signifikan. Adapun keterbatasan modal (skor 0,30), meskipun skornya paling rendah, memiliki dampak kaskal Agustira et al. (2025) mengidentifikasinya sebagai hambatan utama dalam adopsi teknologi, sehingga kelemahan finansial ini sesungguhnya menjadi akar yang memperparah kelemahan teknologi dan manajemen secara bersamaan.

Matriks EFAS mengidentifikasi empat peluang utama, pemanfaatan platform digital (skor 0,67), dukungan pemerintah (skor 0,67), pertumbuhan pasar minyak kelapa (skor 0,50), dan tren produk alami (skor 0,33). Peluang digital menjadi yang paling mendesak mengingat seluruh responden Helco Melati mengaku belum memanfaatkan media sosial maupun *e-commerce*. Mokoginta et al. (2025) mencatat kenaikan penjualan 25% dalam enam bulan pertama pada UMKM VCO yang mengadopsi pemasaran digital, sementara Ariska et al. (2023) melaporkan lonjakan penjualan 30–50% pada UMKM setelah adopsi *e-commerce*. Ihwan dan Susanto (2025) pada program ekspor UMKM berbasis kelapa di

Indragiri Hilir juga mengonfirmasi bahwa pelatihan digital marketing meningkatkan visibilitas dan volume penjualan secara nyata—menegaskan bahwa adopsi digital bukan sekadar pilihan opsional, melainkan langkah strategis yang mendesak.

Dukungan pemerintah (skor 0,67) juga belum dimaksimalkan. Cahyani & Setiawan (2023) menemukan KUR efektif meningkatkan pendapatan dalam 91,2% kasus UMKM agribisnis, sementara Al-Ghifary et al. (2025) membuktikan bahwa program pendampingan yang mencakup fasilitasi sertifikasi halal menghasilkan rata-rata kenaikan pendapatan 56,6% dan perluasan pelanggan 111,9%. Di sisi pasar, pertumbuhan global VCO yang diproyeksikan dengan CAGR lebih dari 9% (Ya'akob & Amirmudin, 2023) dan nilai pasar yang diestimasi USD 1,1 miliar pada 2026 (Ing et al., 2022a), selaras dengan meningkatnya permintaan produk nabati alami bebas bahan sintetis (Awaluddin et al., 2025), kondisi yang sangat menguntungkan bagi Helco Melati yang produknya sudah tanpa bahan kimia tambahan dan teruji laboratorium.

Ancaman utama adalah ketergantungan pada pemasok tertentu (skor 0,89), disusul dampak perubahan harga bahan baku (skor 0,67), fluktuasi harga bahan baku (skor 0,44), dan persaingan pasar (skor 0,33). Ketergantungan pemasok menjadi ancaman paling serius, Sharma et al. (2022) menegaskan bahwa konsentrasi pemasok merupakan faktor paling menonjol dalam kerentanan rantai pasok, dan Kanike (2023) membuktikan bahwa kelangkaan bahan baku akibat gangguan pemasok memicu penundaan produksi sekaligus kenaikan biaya secara bersamaan. Ancaman ini diperparah oleh dinamika yang ditemukan Honlah et al. (2024) di mana petani kelapa mengalihkan penjualan ke eksportir saat harga meningkat, sehingga pengolah lokal kehilangan akses bahan baku—pola yang berpotensi terjadi di lingkungan Helco Melati.

Fluktuasi harga bahan baku (skor 0,44–0,67) memiliki dampak berlapis terhadap margin keuntungan, strategi harga, dan keputusan investasi, sebagaimana dikonfirmasi L. dan Babu (2024) dalam kajian pada unit pengolahan minyak kelapa di India. Y et al. (2025) secara eksplisit mengidentifikasi volatilitas harga sebagai hambatan utama kelayakan usaha minyak kelapa, sementara Jayasekhar & Chandran (2021) menunjukkan bahwa volatilitas harga internasional melemahkan daya saing pengolah skala kecil. Ancaman persaingan (skor 0,33) meski skornya terendah tetap signifikan: Baka et al. (2020) mendokumentasikan bahwa UMKM minyak kelapa di Kepulauan Konawe mengalami kemunduran akibat tekanan dari minyak sawit produksi pengusaha besar. Namun, diferensiasi berbasis kualitas, kealamian, dan sertifikasi yang dimiliki Helco Melati membuka jalur menuju kompetisi berbasis nilai tambah, bukan sekadar persaingan harga.

Berdasarkan koordinat Matriks SWOT ($X = 0,5$; $Y = -1,5$), UMKM Helco Melati berada di Kuadran II, kondisi di mana kekuatan internal memadai, namun tekanan ancaman eksternal melampaui peluang yang tersedia. Strategi yang relevan adalah ST (*Strengths–Threats*), memanfaatkan kekuatan internal untuk meminimalkan dampak ancaman, sembari membuka peluang jangka panjang. Hermanto & Wahyuni (2021) menemukan posisi Kuadran II serupa pada agribisnis kelapa sawit di Labuhanbatu Utara dan merekomendasikan strategi diversifikasi, analogi yang relevan bagi Helco Melati. Prioritas pertama adalah diversifikasi sumber bahan baku dengan membangun kemitraan bersama kelompok tani kelapa di beberapa desa sekitar Limboto Barat, mengingat penelitian konsisten membuktikan bahwa multiple sourcing lebih optimal daripada single sourcing dalam kondisi kapasitas pemasok terbatas (Burke et al., 2007; Ochwando et al., 2025).

Strategi komplementer mencakup kontrak pasokan jangka panjang dengan mekanisme penyesuaian harga yang adil, Kurniyanto et al. (2024) membuktikan bahwa kesepakatan semacam ini menurunkan biaya bahan baku dan menjaga kontinuitas produksi. Adopsi platform digital untuk pemasaran perlu segera diimplementasikan, Mokoginta et al. (2025) membuktikan kenaikan penjualan 25% dalam enam bulan pertama, dan dengan modal sertifikasi Halal, P-IRT, serta hasil uji laboratorium yang sudah dimiliki, Helco Melati memiliki keunggulan konten yang sangat cocok dikomunikasikan kepada konsumen produk alami yang cenderung mencari informasi detail tentang kualitas dan proses produksi

(Ing et al., 2022). Terakhir, kampanye edukasi konsumen tentang keunggulan produk lokal dapat memperkuat loyalitas, A.R et al. (2024) membuktikan bahwa kampanye "Buy Local" memperkuat sikap dan loyalitas emosional konsumen terhadap merek lokal, sementara Carfora et al. (2022) mengonfirmasi bahwa pesan edukatif tentang manfaat produk lokal secara konsisten meningkatkan preferensi pembelian.

V. Kesimpulan (Conclusions)

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa UMKM Helco Melati memiliki kekuatan internal yang signifikan, yaitu efisiensi proses produksi (skor 0,73), reputasi dan kepercayaan konsumen (skor 0,45), serta sertifikasi Halal dan P-IRT yang mendukung kredibilitas produk. Kelemahan internal utama yang perlu diatasi adalah keterbatasan bahan baku (skor 0,60), keterbatasan teknologi dan kemampuan manajemen operasional (skor 0,40), serta keterbatasan modal (skor 0,30).

Secara eksternal, peluang terbesar terletak pada pemanfaatan platform digital untuk pemasaran dan dukungan pemerintah (masing-masing skor 0,67), serta potensi pertumbuhan pasar produk minyak kelapa (skor 0,50). Ancaman terbesar adalah ketergantungan pada pemasok tertentu (skor 0,89) dan dampak fluktuasi harga bahan baku (skor 0,67).

Posisi UMKM di Kuadran II mengindikasikan bahwa strategi yang tepat adalah memanfaatkan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman eksternal (strategi ST). Tiga strategi prioritas yang direkomendasikan adalah: (1) diversifikasi sumber bahan baku untuk mengurangi ketergantungan pada pemasok tunggal dan menstabilkan biaya produksi; (2) kerja sama jangka panjang dengan mitra pemasok melalui kontrak harga tetap; dan (3) kampanye edukasi konsumen untuk meningkatkan kesadaran terhadap keunggulan minyak kelapa lokal dan nilai pemberdayaan ekonomi yang dihasilkan.

Sebagai rekomendasi spesifik: bagi pengusaha minyak kelapa, disarankan segera mengadopsi pemasaran digital minimal melalui satu platform media sosial dan mendaftarkan produk pada marketplace lokal. Bagi pemerintah daerah Kabupaten Gorontalo, perlu adanya program fasilitasi akses KUR khusus UMKM agribisnis dan pendampingan pelatihan manajemen usaha berbasis digital. Bagi masyarakat sekitar, keterlibatan aktif sebagai pemasok kelapa melalui kemitraan terstruktur akan meningkatkan ketahanan pasokan sekaligus kesejahteraan petani kelapa lokal.

Daftar Pustaka (References)

- Adnyani, N. P. P., Ambarawati, I., & Artini, N. (2023). Analisis Nilai Tambah Kelapa pada Agroindustri Virgin Coconut Oil (Studi Kasus Desa Dalang dan Desa Gadung Sari, Kecamatan Selemadeg Timur, Kabupaten Tabanan). *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*. <https://doi.org/10.24843/jaa.2023.v12.i01.p42>
- Agustira, N. W., Sigiro, A. J., Putra, E. R., Purba, V. N. S., & Nasution, R. P. (2025). Strategi Pengembangan Agribisnis Berbasis Teknologi untuk Meningkatkan Produktivitas. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Tanaman*. <https://doi.org/10.55606/jurrit.v4i1.5036>
- Akbar, R. (2025). Strategi Pengembangan Usaha Petani Kelapa Sawit di Desa Tabing, Kecamatan Koto Kampar Hulu. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*. <https://doi.org/10.31004/jutin.v8i2.44088>
- Al-Ghifary, A., Faziah, S., Maulida, Y., Ratu, M., Meida, P., Ivanka, R., Hasmi, S., Devi, S., Rizki, M., & Nugraha, D. (2025). Community-Based Development of UMKM in Cihanyawar Village: Collaborative Approaches to Packaging, Marketing, and Halal Certification. *Help: Journal of Community Service*. <https://doi.org/10.62569/hjcs.v2i1.176>

- Alouw, J., & Wulandari, S. (2020). Present status and outlook of coconut development in Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 418. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/418/1/012035>
- A.R, R., Vita, & Yusak. (2024). The Effect of Buy Local Campaign and Consumer Ethnocentrism on Brand Love Among Indonesian Youth Consumers. *Journal of Ecohumanism*. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i8.5568>
- Ariska, V., Annas, F., & Alia, R. (2023). Pengembangan Platform E-Commerce Menggunakan OpenCart untuk Transformasi Pemasaran UMKM di Kecamatan Palupuh. *JOVISHE : Journal of Visionary Sharia Economy*. <https://doi.org/10.57255/jovishe.v2i1.425>
- Awaluddin, S. P., Imran, U. D., Ode, L., Kamaluddin, A., Thalib, M., Teknologi, I., Bisnis, D., & Indonesia, N. (2025). Analysis of Export Development Potential for Virgin Coconut Oil as a Flagship Regional Product in the International Market. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*. <https://doi.org/10.62794/je3s.v6i1.7390>
- Azis, R., Akolo, I. R., Pomalingo, M., & Staddal, I. (2020). *Pengembangan Usaha Minyak Kelapa Tradisional untuk Meningkatkan Pendapatan IKM Desa Posso, Kabupaten Gorontalo Utara*. 6, 150–158. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.6.2.150-158>
- Bahari, Y. R., Bahari, B., & Iswandi, R. (2019). PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP MINYAK KELAPA MURNI (VIRGIN COCONUT OIL/VCO) DI KABUPATEN KONAWA (Consumers Preferences toward Virgin Coconut Oil in Konawe Regency). *Jurnal Sosio Agribisnis*. <https://doi.org/10.33772/jsa.v3i1.7295>
- Baka, L. R., Alwi, L. O., Herdhiansyah, D., Fyka, S., & Hisein, W. (2020). Analysis of Constraints and Opportunities for the Development of Smallholder Coconut Oil Processing Industry in Micro Enterprises Konawe Islands Regency. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*. <https://doi.org/10.37149/jia.v5i6.14229>
- Burke, G., Carrillo, J., & Vakharia, A. (2007). *Production, Manufacturing and Logistics Single versus multiple supplier sourcing strategies*. <https://consensus.app/papers/production-manufacturing-and-logistics-single-versus-burke-carrillo/871faa626ff05181b7095d41ef2d6abe/>
- Busman, B., Rahman, S., Syamsinar, S., & Ibrahim, H. (2026). Strategy For The Development of Mrs. Yanti's Coconut Oil Business in Simbang Village, Sub-District Majene Regency. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*. <https://doi.org/10.59141/jiss.v7i1.2170>
- Cahyani, N. T., & Setiawan, I. (2023). PENGARUH EFEKTIVITAS PEMBIAYAAN KUR TERHADAP PENDAPATAN UMKM AGRIBISNIS BANK SYARIAH INDONESIA KC BANDUNG JUANDA. *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. <https://doi.org/10.25157/ma.v9i2.10963>
- Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). Purposive Sampling: Complex or Simple? Research Case Examples. *Journal of Research in Nursing*, 25(8), 652–661. <https://doi.org/10.1177/1744987120927206>
- Carfora, V., Morandi, M., & Catellani, P. (2022). The Influence of Message Framing on Consumers' Selection of Local Food. *Foods*, 11. <https://doi.org/10.3390/foods11091268>

- Chairani, N., Zasmin, N., Raisuli, R., & Rosidi, A. R. (2025). Peran Sektor UMKM dalam Menekan Inflasi dan Menyerap Tenaga Kerja di Surabaya. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v3i1.1651>
- Ernah, Hopifah, A. N., Febrian, M. R. F., & Prameshwari, J. N. (2025). STUDI PERAN UMKM DALAM PENGOLAHAN SUMBER DAYA ALAM LOKAL UNTUK Mendukung EKONOMI PERTANIAN BERKELANJUTAN. *Jurnal AGRIBIS*. <https://doi.org/10.36085/agribis.v18i2.7744>
- Fudjaja, L., Mahyuddin, Tenriawaru, A., K, M., Salman, D., & Bakri, R. (2020). Competitiveness of mandar coconut oil industry. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 575. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/575/1/012106>
- Gulo, A. J., & Lubis, R. (2025). The Influence of Pure Coconut Oil Business on the Welfare of Coconut Farmers in Padang Bolak District, North Padang Lawas Regency. *Neraca Keuangan : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*. <https://doi.org/10.32832/neraca.v20i1.17986>
- Hastari, E. S., Yohana, C., & Monoarfa, T. A. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Brand Skincare Lokal). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0303.13>
- Hermanto, B., & Wahyuni, S. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN SISTEM AGRIBISNIS KELAPA SAWIT (*Elaeis Guineensis Jacq*) DI KABUPATEN LABUHAN BATU UTARA. 1, 23–35. <https://doi.org/10.37776/jpot.v1i1.655>
- Hestina, J., Purba, H., Yusuf, E., Dabukke, F., Erwidodo, nFN, Azhari, D., & Darwis, V. (2023). INDUSTRI KELAPA INDONESIA: KINERJA DAN PERSPEKTIF PENGEMBANGAN MENUJU PENINGKATAN NILAI TAMBAH DAN DAYA SAING. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. <https://doi.org/10.21082/fae.v40n1.2022.55-69>
- Honlah, E., Segbefia, A., Forkuo, D., & Abass, K. (2024). The exports of dehusked coconuts from southwestern Ghana: Implications for coconut farmers' role in a rural virgin coconut oil value chain. *Social Sciences & Humanities Open*. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.100851>
- Husaini, H., Italina, C., Handayani, S., Makawiyah, M., Mirna, M., & Alfairus, N. (2024a). Community Empowerment Produces Virgin Coconut Oil (VCO) and Vatarana Utilizing Automatic Flash Oil Technology. *Unram Journal of Community Service*. <https://doi.org/10.29303/ujcs.v5i4.786>
- Husaini, H., Italina, C., Handayani, S., Makawiyah, M., Mirna, M., & Alfairus, N. (2024b). Community Empowerment Produces Virgin Coconut Oil (VCO) and Vatarana Utilizing Automatic Flash Oil Technology. *Unram Journal of Community Service*. <https://doi.org/10.29303/ujcs.v5i4.786>
- Ing, G. P., Chan, J., Lim, T.-Y., & Fresnido, M. (2022a). Key Success Factors, Marketing Opportunities and Challenges: A Case Study of Bonco Virgin Coconut Oil. *Journal of Agribusiness Marketing*. <https://doi.org/10.56527/jabm.9.1.5>
- Ing, G. P., Chan, J., Lim, T.-Y., & Fresnido, M. (2022b). Key Success Factors, Marketing Opportunities and Challenges: A Case Study of Bonco Virgin Coconut Oil. *Journal of Agribusiness Marketing*. <https://doi.org/10.56527/jabm.9.1.5>

- Jamil, N., Rosmawaty, & Suriana. (2024). UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT MELALUI PENGOLAHAN MINYAK KELAPA DI KELURAHAN RAHAMPUU KECAMATAN KABAENA KABUPATEN BOMBANA. *Jurnal Ilmiah Penyuluhan Dan Pengembangan Masyarakat*. <https://doi.org/10.56189/jippm.v4i2.16>
- Jayasekhar, S., & Chandran, K. (2021). World Economic Importance. *The Coconut Genome*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-76649-8_1
- Kanike, U. K. (2023). Factors disrupting supply chain management in manufacturing industries. *Journal of Supply Chain Management Science*. <https://doi.org/10.18757/jscms.2023.6986>
- 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>
- Kurniyanto, I. R., Destiarni, R. P., Arifiyanti, N., & Musyafak, D. (2024). Proses Negosiasi Antara UMKM A.M Tahu Dan Pemasok Bahan Baku Produksi. *Forum Agribisnis*. <https://doi.org/10.29244/fagb.14.2.156-165>
- 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>
- Mokoginta, H., Papatungan, A. I., & Mahmud, D. (2025). Penerapan Strategi Digital Marketing dalam Mempromosikan Produk Virgin Coconut Oil (VCO) pada UMKM Moonow Jaya. *Empiricism Journal*. <https://doi.org/10.36312/ej.v6i1.2171>
- Muliansyah, D. (2024). Dampak Citra dan Karakteristik Produk terhadap Kepuasan Pelanggan serta Konsekuensinya terhadap Loyalitas Pelanggan UMKM Kuliner Sambal Bakar Lengkung di Kota Bandung. *JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN HUMANIORA (EKSISHUM)*. <https://doi.org/10.63494/eksishum.v4i1.122>
- Muzaffar, A., Nansi, M. R., Dj, M. N., & Angelinawati, M. (2022). ANALISIS SWOT PADA UMKM TAHU XYZ DI SLEMAN. *PROSIDING SNAST*. <https://doi.org/10.34151/prosidingsnast.v8i1.4178>
- Nisa, N. K. (2024). Analisis SWOT UMKM Pengolahan Kelapa di Desa Gesikharjo Kecamatan Palang. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v3i4.2722>
- Nurhalita, S., & Imsar, I. (2022). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Kabupaten Langkat. *Maro Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 5(1), 84–90. <https://doi.org/10.31949/maro.v5i1.2282>

- Nwankwo, E., Onyegirim, S., Owuama, K., & Onyenanu, I. (2025). Traditional vs. Modern Coconut Oil Extraction: A Systematic Review of Practices and Outcomes. *IPS Journal of Engineering and Technology*. <https://doi.org/10.54117/ijet.v1i2.18>
- Ochwando, M., Ezekiel, A., & Makali, J. (2025). Influence of Supplier Diversification on Performance of Manufacturing SMEs in Nakuru County, Kenya. *Journal of Procurement & Supply Chain*. <https://doi.org/10.70619/vol5iss3pp42-54>
- Odoom, W., Edusei, V., & Piegu, M.-K. A. (2016). Extraction of Coconut Oil by Small-Scale Processors in Ghana: Operations and Constraints. *Food Science and Quality Management*, 55, 8–14. <https://consensus.app/papers/extraction-of-coconut-oil-by-smallscale-processors-in-odoom-edusei/1c7bbdd8dc415ca59acf8f1f2804b059/>
- P., D., Mahendran, K., Hemalatha, S., Muralidharan, C., & Selvi, R. (2023). A Study on Consumer Profile and Preference for Virgin Coconut Oil in Bangalore City. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology*. <https://doi.org/10.9734/ajaees/2023/v41i102147>
- Permani, R., Sahara, S., Satria, D., Suprehatin, S., & Nuryartono, N. (2023). The impacts of food certificate adoption on e-commerce income among small online agri-food sellers. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/jadee-10-2022-0231>
- 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>
- Riana, F. (2024). THE EFFECT OF FOOD CERTIFICATION ON COMPETITIVENESS AND INCREASING SALES OF AGROINDUSTRIAL PRODUCTS IN EAST JAVA. *Agricultural Socio-Economics Journal*. <https://doi.org/10.21776/ub.agrise.2024.024.2.8>
- Rianda, L., & Zani, M. (2021). Coconut Oil Processing Business Competitiveness Analysis In The District Of Wowonii Barat Konawe Regency Islands. *Tekper : Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Pertanian*. <https://doi.org/10.33772/tekper.v2i3.23382>
- 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>
- Safira, G. El, Sari, Y., & Waluyo, D. (2023). Virgin Coconut Oil (VCO) Business Analysis in Terms of Economic Income. *Journal of Economics Business Industry*. <https://doi.org/10.59976/jebin.v1i2.19>
- 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).
- Sharma, S., Routroy, S., Singh, R., & Nag, U. (2022). Analysis of supply chain vulnerability factors in manufacturing enterprises: a fuzzy DEMATEL approach. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 27, 814–841. <https://doi.org/10.1080/13675567.2022.2083590>

- 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>
- Suri, A., Riandani, A. P., Supriyanto, S., Kristianto, R., & Amali, M. (2025). Analysis of IFAS and EFAS as Strategic Management for the Development of Kemenkan Banana Chips UMKM Bekasi. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*. <https://doi.org/10.70609/gtech.v9i1.5747>
- 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>
- Suyanto, M. A., Karundeng, D., & Abdul, E. M. (2024). Analisis Strategi Branding pada UMKM di Gorontalo. *Prosiding Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia - e-ISSN 3026-4499*. <https://doi.org/10.47747/snfmi.v2i1.2343>
- 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>
- Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al-Qorni, Z. Q. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v3i1.576>
- Y, J., Aulia, A. N. H., & Hamsah. (2025). Economic Feasibility Analysis of Coconut Oil Business in Patampanua Village, Matakali District. *Tarjih: Agribusiness Development Journal*. <https://doi.org/10.47030/tadj.v5i01.970>
- Ya'akob, H., Amirmudin, N. A., Aziz, A. A., Nor, N. F. B. A., Mat, S. A. B., Hasham@Hisam, R., & Azizuddin, M. A.-B. (2023). The Importance of Research and Development of Virgin Coconut Oil in Food, Pharmaceutical, Nutraceutical and Cosmeceutical Industries. *International Journal of Business and Management*. <https://doi.org/10.26666/rmp.ijbm.2023.3.3>
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1). <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>