

## Strategi Pengembangan Usaha Minyak Goreng Kelapa di LAMPUKITA Fakfak

Andi Patimang

Politeknik Negeri Fakfak

Alamat : Jalan Samratulangi, Fakfak, Papua Barat, Indonesia.

Korespodensi Penulis: [a.patimang.polinef@gmail.com](mailto:a.patimang.polinef@gmail.com)

**Abstract.** LAMPUKITA is one of the VCO MSMEs in Fakfak Regency. The results of the VCO production of this business produce blondo which is then processed into cooking oil. Based on the marketing aspect, LAMPUKITA's VCO has good prospects. However, the availability of coconut raw materials that meet the requirements for making the main product, the amount is sometimes not available. Previous studies have focused on VCO extraction techniques, still little discussion of specific business strategies for blondo cooking oil at the MSME level with raw material constraints. Without the right development strategy, LAMPUKITA will find it difficult to survive financially even though its products have superior nutritional value. The purpose of this study is to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats, determine internal factors, external strategies, and determine the best new business development models that can be applied by LAMPUKITA. The location was determined purposively. The types of data are primary and secondary data. Data collection techniques are observation, interviews, and documentation. Data analysis used is descriptive qualitative (SWOT and BMC analysis) and quantitative (IFAS, EFAS, and QSPM methods). The SWOT analysis results indicate that LAMPUKITA's main business strengths lie in its superior natural products, the use of VCO blondo, and the distinctive flavor of Fakfak coconut. Its main weaknesses are the limited availability of coconuts that meet VCO standards, its small production capacity, and limited capital. IFAS and EFAS analyses indicate that LAMPUKITA is in a favorable position for internal and external development. Business sustainability is determined by coconut supply chain management. The most appropriate strategy to develop is a partnership strategy with coconut farmers based on VCO standards. LAMPUKITA can implement various new business models to address raw material constraints.

**Keywords:** *Strategy, Development, Cooking Oil, Coconut, SWOT Analysis*

**Abstrak.** LAMPUKITA merupakan salah satu UMKM VCO di Kabupaten Fakfak. Hasil dari pembuatan VCO usaha tersebut, menghasilkan blondo yang selanjutnya diolah menjadi minyak goreng. Berdasarkan aspek pemasaran, VCO LAMPUKITA memiliki prospek yang baik. Namun, ketersediaan bahan baku kelapa yang memenuhi syarat pembuatan produk utama, jumlahnya terkadang tidak tersedia. Penelitian sebelumnya fokus pada teknik ekstraksi VCO, masih sedikit membahas strategi bisnis spesifik untuk minyak goreng hasil blondo ditingkat UMKM dengan kendala bahan baku. Tanpa strategi pengembangan yang tepat, LAMPUKITA akan sulit bertahan secara finansial meskipun produknya memiliki nilai gizi lebih unggul. Tujuan penelitian untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, menentukan faktor internal, eksternal strategi terbaik dan model pengembangan bisnis baru yang dapat diterapkan LAMPUKITA. Penentuan lokasi secara *purposive*. Jenis data yaitu data

---

Received May 3, 2026; Revised Juni 4, 2026; Accepted Juni 14, 2026

\*Andi Patimang, [a.patimang.polinef@gmail.com](mailto:a.patimang.polinef@gmail.com)

primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif (analisis SWOT dan BMC) dan kuantitatif (metode IFAS, EFAS dan QSPM). Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha LAMPUKITA terletak pada keunggulan produk alami, pemanfaatan blonde VCO, serta cita rasa khas kelapa Fakfak. Kelemahan utamanya adalah keterbatasan ketersediaan kelapa yang memenuhi standar VCO, kapasitas produksi masih kecil, dan keterbatasan modal. Analisis IFAS dan EFAS menunjukkan LAMPUKITA berada pada kondisi cukup mendukung untuk dikembangkan secara internal dan eksternal. Keberlanjutan usaha ditentukan oleh manajemen rantai pasok kelapa. Strategi paling tepat dikembangkan adalah strategi kemitraan dengan petani kelapa berbasis standar VCO. LAMPUKITA dapat menerapkan berbagai model bisnis baru untuk menanggulangi keterbatasan bahan baku.

**Kata Kunci:** *Strategi, Pengembangan, Minyak Goreng, Kelapa, Analisis SWOT*

## PENDAHULUAN

Kabupaten Fakfak merupakan salah satu daerah penghasil kelapa di Papua Barat. Menurut Dinas Perkebunan Kabupaten Fakfak, bahwa pada tahun 2024, luas areal tanaman kelapa seluas 635 hektar, dengan jumlah produksi semakin bertambah yaitu sebesar 553 ton. Tanaman kelapa menyebar di beberapa wilayah pesisir dan pegunungan pada beberapa kampung yang berada pada distrik di Kabupaten Fakfak.

Industri pengolahan kelapa khususnya skala Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), telah mengalami transformasi signifikan melalui produksi *Virgin Coconut Oil* (VCO). Kandungan asam lemak berantai pendek dan sedang pada VCO memberikan manfaat bagi kesehatan jantung dan pembuluh darah, mencegah timbulnya penyakit degeneratif seperti diabetes, lever, keropos tulang serta timbulnya kanker (Aditiya, et al. 2014). Hasil sampingan pengolahan kelapa menjadi VCO yaitu ampas minyak yang biasa disebut dengan blonde.

Blonde mengandung protein sebesar 16,90%. Potensi gizi blonde yang cukup tinggi tersebut sangat baik dalam meningkatkan kandungan gizi (asam laurat sebagai anti mikroba) berbagai makanan, khususnya makanan untuk anak gizi kurang (Widodo, 2015). Barlina, (2019), blonde mengandung kadar lemak berkisar 30-40 % yang jika tidak diolah secara optimal hanya akan menjadi limbah organik atau pakan ternak bernilai rendah. Blonde ini dapat diolah lagi menjadi produk bermanfaat berupa minyak goreng.

Minyak goreng kelapa merupakan salah satu komoditas penting dalam kehidupan sehari-hari, terutama di Indonesia yang merupakan negara dengan konsumsi minyak goreng per kapita tertinggi di dunia (FAO, 2020). Namun, industri minyak goreng di Indonesia masih menghadapi beberapa tantangan, seperti fluktuasi harga bahan baku, persaingan yang ketat, dan tuntutan konsumen akan kualitas produk yang lebih baik (Suryani, et al., 2019). Pasar minyak goreng nasional didominasi oleh minyak sawit yang memiliki keunggulan harga. Namun, harga kenaikan

harga minyak sawit global dan kesadaran kesehatan masyarakat membuka celah bagi minyak kelapa. Minyak goreng kelapa dari blondo memiliki keunikan karena diproses dengan suhu rendah atau melalui pemanasan bertahap, sehingga mempertahankan asam laurat sebagai agen antimikroba (Nevin, et.al. 2014).

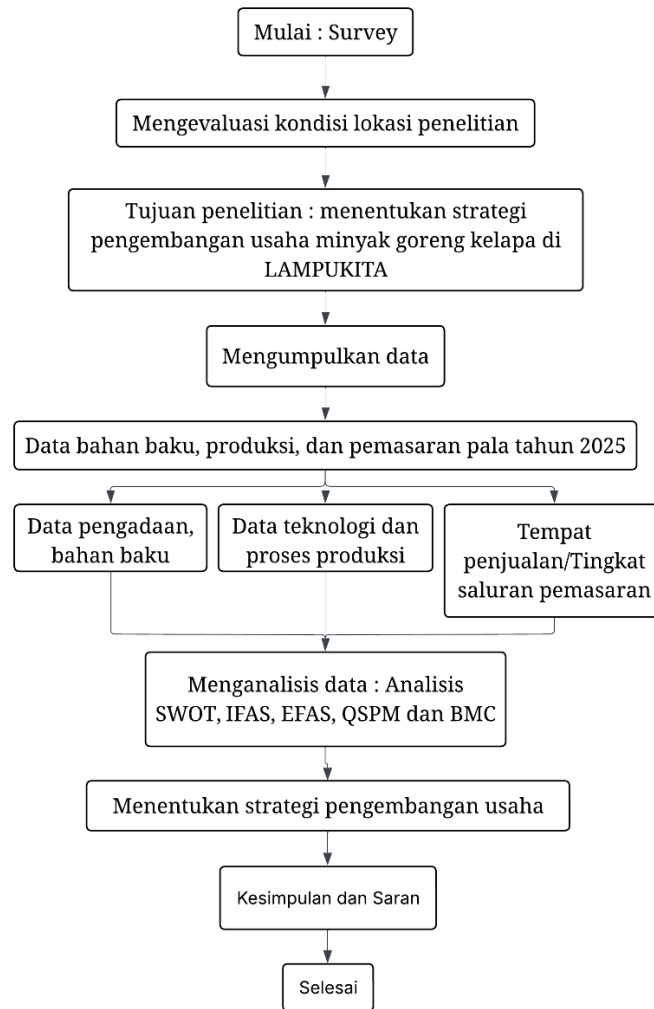
LAMPUKITA (Lembaga Amanah Pemberdayaan Usaha Kawasan Indonesia Timur Raya) merupakan salah satu UMKM produsen minyak murni (VCO) di Kabupaten Fakfak, dimana hasil dari proses pembuatan VCO nya menghasilkan blondo yang selanjutnya diolah menjadi minyak goreng kelapa dengan merek CORKITA. Berdasarkan aspek pemasaran, produk VCO dari LAMPUKITA memiliki prospek yang baik karena permintaan pelanggan cukup banyak karena VCO tersebut digunakan sebagai obat, bahan baku pembuatan parfum pala dan lain-lain. Namun, yang menjadi masalah adalah ketersediaan bahan baku. Ketersediaan bahan baku kelapa yang memenuhi syarat pembuatan produk utama yaitu VCO, dimana standar kelapa untuk VCO sangat spesifik (kematangan dan jenis), yang seringkali sulit diperoleh secara konsisten. Kelapa standar VCO memerlukan kriteria spesifik, yakni kelapa hibrida atau dalam yang benar-benar tua (11-12 bulan) dengan kadar air rendah agar rendemen minyak maksimal (Pratama, 2022). Fluktuasi iklim dan distribusi yang panjang seringkali membuat UMKM mendapatkan bahan baku yang tidak seragam, sehingga menurunkan efisiensi ekstraksi VCO primer.

Menurut Kurniawan, et al., (2020) dalam konteks UMKM, pengembangan usaha minyak goreng masih terbatas oleh beberapa faktor, seperti kurangnya akses ke teknologi, kurangnya modal, kurangnya kemampuan manajemen. Penelitian sebelumnya kebanyakan fokus pada teknik ekstraksi VCO, namun sedikit yang membahas strategi bisnis spesifik untuk produk turunannya (minyak goreng blondo) di tingkat UMKM dengan kendala bahan baku. Hal ini juga dijelaskan oleh Rahmawati, et al., (2018) bahwa penelitian sebelumnya telah banyak membahas tentang strategi pengembangan usaha minyak goreng, namun masih sedikit yang fokus pada konteks UMKM. Selain itu, penelitian penting dilakukan untuk meningkatkan nilai ekonomi limbah produksi VCO (*zero waste*), memberikan panduan strategis bagi UMKM agar tetap kompetitif di tengah fluktuasi bahan baku dan mendukung ketahanan pangan melalui diversifikasi sumber lemak nabati. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha minyak goreng kelapa di LAMPUKITA, menentukan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja usaha LAMPUKITA dalam pengembangan usaha minyak goreng kelapa, menentukan strategi terbaik untuk pengembangan usaha minyak goreng kelapa di LAMPUKITA dan menyusun model pengembangan bisnis baru yang dapat diterapkan oleh LAMPUKITA. Tanpa strategi pengembangan yang tepat, LAMPUKITA sebagai UMKM pengolah minyak kelapa blondo akan sulit bertahan secara finansial meskipun produk yang dihasilkan memiliki nilai gizi (asam laurat) yang lebih unggul. Oleh karena itu, diperlukan sebuah penelitian mengenai strategi

pengembangan usaha minyak goreng kelapa (hasil blondo VCO) untuk memetakan solusi atas kendala bahan baku yang dialami oleh LAMPUKITA. Dalam penelitian ini, akan dilakukan penggabungan aspek teknis pemanfaatan limbah dengan strategi manajerial krisis bahan baku dalam satu model pengembangan usaha.

## **METODE**

Penelitian ini akan dilaksanakan di LAMPUKITA Kabupaten Fakfak, Provinsi Papua Barat. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan pertimbangan bahwa LAMPUKITA merupakan satu satunya produsen minyak goreng kelapa (hasil sampingan dari blondo VCO) di Kabupaten Fakfak. Waktu penelitian yaitu 2 bulan ( Oktober sampai dengan November) pada tahun 2025. Jumlah responden sebanyak 9 orang yakni pimpinan LAMPUKITA, seorang karyawan bagian administrasi, seorang karyawan bagian produksi, seorang karyawan bagian pemasaran, dan seorang karyawan bagian pergudangan LAMPUKITA, seorang dari Dinas Perkebunan Fakfak, 3 orang pemasok kelapa di LAMPUKITA. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan strategi pengembangan usaha minyak goreng kelapa di LAMPUKITA melalui analisis SWOT dan BMC. Analisis deskriptif kuantitatif untuk mendeskripsikan strategi pengembangan usaha minyak goreng kelapa di LAMPUKITA melalui metode IFAS, EFAS dan QSPM. Berikut merupakan tampilan dari tahapan penelitian yang dilakukan oleh penulis.



**Gambar 1.** Bagan Tahapan Penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan di LAMPUKITA Fakfak, maka uraian hasil analisis data penelitian yang telah diperoleh adalah sebagai berikut :

### 1. Analisis SWOT

Analisis SWOT ini digunakan sebagai alat analisis strategis untuk memahami posisi LAMPUKITA sebagai usaha bisnis minyak goreng kelapa dari hasil blondo VCO. Analisis SWOT ini berfungsi untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal sebagai dasar perumusan strategi. Berikut uraian tentang analisis SWOT terhadap Usaha LAMPUKITA :

*Strengths* (Kekuatan)

- S1. Produk berbahan alami, tanpa bahan kimia
- S2. Memanfaatkan limbah blondo VCO (nilai tambah)
- S3. Cita rasa khas kelapa lokal Fakfak
- S4. Proses produksi relatif sederhana

*Weaknesses* (Kelemahan)

- W1. Ketersediaan kelapa standar VCO terbatas
- W2. Kapasitas produksi kecil
- W3. Teknologi pengolahan masih sederhana
- W4. Modal usaha terbatas

*Opportunities* (Peluang)

- O1. Tren konsumsi minyak sehat meningkat
- O2. Dukungan program UMKM daerah
- O3. Pasar lokal dan regional masih terbuka
- O4. Potensi kemitraan dengan petani kelapa

*Threats* (Ancaman)

- T1. Fluktuasi produksi kelapa musiman
- T2. Persaingan minyak goreng pabrikan
- T3. Harga bahan baku kelapa tidak stabil
- T4. Ketergantungan pada pemasok terbata

**1. IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)**

IFAS adalah tabel ringkasan faktor internal dari SWOT yang berisi *Strengths* dan *Weaknesses*, setiap faktor diberi bobot (tingkat kepentingan), Rating (kondisi kinerja) dan skor tertimbang. Model IFAS ini berfungsi untuk mengukur seberapa kuat kondisi internal organisasi secara kuantitatif.

**Tabel 1. IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<i>Strengths</i>			
<b>S1 Produk alami</b>	0,15	4	0,60
<b>S2 Nilai tambah blondo</b>	0,15	4	0,60
<b>S3 Cita rasa khas</b>	0,10	3	0,30
<b>S4 Proses sederhana</b>	0,10	3	0,30

<i>Weaknesses</i>			
<b>W1 Bahan baku terbatas</b>	0,20	1	0,20
<b>W2 Kapasitas kecil</b>	0,10	2	0,20
<b>W3 Teknologi sederhana</b>	0,10	2	0,20
<b>W4 Modal terbatas</b>	0,10	2	0,20
<b>Faktor Internal</b>	Bobot	Rating	Skor
<b>Total</b>	1,00		2,60

Tabel 1. menunjukkan kondisi internal UMKM cukup kuat, tetapi kelemahan bahan baku perlu strategi khusus. Nilai IFAS sebesar 2,60 menunjukkan bahwa usaha memiliki kapasitas internal yang cukup baik untuk dikembangkan.

## 2. EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

EFAS adalah tabel ringkasan faktor eksternal dari SWOT meliputi tentang *Opportunities dan Threats*, terdapat bobot, rating, serta skor. EFAS ini berfungsi mengukur kemampuan organisasi dalam merespon lingkungan eksternal.

Tabel 2 EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<i>Opportunities</i>			
<b>O1 Tren minyak sehat</b>	0,20	4	0,80
<b>O2 Dukungan UMKM</b>	0,15	3	0,45
<b>O3 Pasar terbuka</b>	0,15	3	0,45
<b>O4 Kemitraan petani</b>	0,10	3	0,30
<i>Threats</i>			
<b>T1 Produksi musiman</b>	0,15	2	0,30
<b>T2 Persaingan pabrikan</b>	0,10	2	0,20
<b>T3 Harga bahan baku</b>	0,10	2	0,20
<b>T4 Ketergantungan pemasok</b>	0,05	2	0,10
<b>Faktor Eksternal</b>	Bobot	Rating	Skor
<b>Total</b>	1,00		2,80

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai EFAS sebesar 2,80 berarti peluang eksternal yang tersedia masih lebih besar dibandingkan ancaman yang dihadapi sehingga usaha memiliki prospek pengembangan yang cukup baik.

### 3. Alternatif Strategi (Matriks SWOT)

Strategi SO

- a. Mengembangkan produk minyak goreng sehat berbasis blondo VCO sebagai ciri khas Fakfak
- b. Branding sebagai produk lokal alami

Strategi WO (Fokus Kendala Bahan Baku)

- a. Kemitraan berkelanjutan dengan petani kelapa
- b. Pelatihan standar panen kelapa VCO
- c. Skema kontrak pembelian kelapa

Strategi ST

- a. Diferensiasi kualitas untuk melawan produk pabrikan
- b. Edukasi konsumen tentang manfaat produk

Strategi WT

- a. Diversifikasi sumber kelapa
- b. Pengaturan stok dan jadwal produksi

### 4. QSPM (Pemilihan Strategi)

QSPM digunakan untuk memilih strategi terbaik dari beberapa alternatif.. Input berasal dari : faktor-faktor IFAS dan EFAS. Setiap strategi dinilai dengan *Attractiveness Score* (AS) dan *Total Attractiveness Score* (TAS). QSPM berfungsi untuk menentukan strategi paling menarik dan rasional secara objektif dan terukur.

Alternatif Strategi :

- a. Kemitraan petani kelapa berbasis standar VCO
- b. Fokus pemasaran produk premium lokal
- c. Investasi teknologi pengolahan sederhana

Tabel 3 Hasil QSPM

Faktor Kunci	Bobot	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
		A	A	B	B	C	C
Ketersediaan bahan baku	0,20	4	0,80	2	0,40	3	0,60
Tren minyak sehat	0,20	3	0,60	4	0,80	3	0,60
Modal terbatas	0,15	3	0,45	2	0,30	1	0,15

<b>Dukungan UMKM</b>	0,15	3	0,45	3	0,45	2	0,30
<b>Persaingan pasar</b>	0,15	3	0,30	4	0,40	3	0,30
<b>Kapasitas produksi</b>	0,20	3	0,60	2	0,40	3	0,60
<b>Total TAS</b>	1,00	4	3,40		2,75		2,55

Tabel 3 menunjukkan bahwa strategi terbaik adalah a ; kemitraan petani kelapa berbasis standar VCO

#### 5. Business Model Canvas (BMC)

Analisis BMC adalah alat untuk memetakan model bisnis, terdiri dari 9 elemen yaitu *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships* dan *Cost Structure*. Analisis BMC berfungsi untuk menggambarkan bagaimana strategi dijalankan dalam bentuk **model bisnis nyata**. Secara kualitatif, gambaran model bisnis baru yang dapat dikembangkan oleh LAMPUKITA adalah sebagai berikut :

##### *Customer Segments*

- a. Rumah tangga sadar kesehatan
- b. UMKM kuliner lokal
- c. Konsumen produk alami

##### *Value Propositions*

- a. Minyak goreng sehat dari blondo VCO
- b. Produk lokal Fakfak, alami dan berkelanjutan

##### *Channels*

- a. Pasar lokal
- b. Media sosial
- c. Penjualan langsung oleh LAMPUKITA

##### *Customer Relationships*

- a. Edukasi manfaat produk
- b. Layanan langsung dan komunitas lokal

##### *Revenue Streams*

- a. Penjualan minyak goreng kelapa
- b. Produk turunan kelapa

##### *Key Resources*

- a. Blondo VCO

b. Kelapa standar VCO

c. Tenaga kerja lokal

*Key Activities*

a. Produksi minyak

b. Kontrol kualitas bahan baku

c. Kemitraan petani

*Key Partnerships*

a. Petani kelapa Fakfak

b. Dinas UMKM dan Pertanian

c. Koperasi desa

*Cost Structure*

a. Pembelian kelapa

b. Produksi dan kemasan

c. Distribusi dan pemasaran

Hasil analisis SWOT, IFAS, EFAS, QSPM dan BMC di atas menunjukkan bahwa LAMPUKITA sebagai UMKM minyak goreng kelapa (blondo VCO) paling tepat mengembangkan usaha melalui strategi kemitraan petani kelapa untuk menjamin ketersediaan bahan baku standar VCO, sehingga keberlanjutan produksi dan daya saing usaha dapat terjaga.

### **Gambaran Umum Usaha**

LAMPUKITA merupakan UMKM minyak goreng kelapa dari blondo VCO di Kabupaten Fakfak merupakan bagian dari sistem agribisnis perkebunan kelapa yang berorientasi pada peningkatan nilai tambah produk melalui pemanfaatan hasil samping pengolahan VCO. Secara teknis, minyak goreng yang dihasilkan dari blondo (ampas santan) merupakan produk sampingan setelah proses pengambilan VCO selesai. Dalam pembuatan VCO, santan akan terpisah menjadi tiga lapisan yaitu minyak bening (VCO), blondo (protein/krim), dan air.

Pemanfaatan blondo sebagai bahan baku minyak goreng sejalan dengan konsep efisiensi agroindustri dan optimalisasi sumber daya perkebunan kelapa (Wardani, et al., 2025). Pengembangan agroindustri kelapa berbasis UMKM berpotensi meningkatkan pendapatan pelaku usaha dan petani apabila didukung oleh manajemen rantai pasok yang baik dan ketersediaan bahan baku yang berkelanjutan (Agus, et al., 2025).

Proses produksi merupakan serangkaian proses yang dilakukan untuk mengolah bahan mentah menjadi bahan setengah jadi ataupun barang jadi yang siap untuk dipasarkan. LAMPUKITA merupakan produsen VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kabupaten Fakfak. Produk tersebut telah memiliki izin edar dari BPOM, HAKI dan label halal dari MUI dengan nama produk yaitu ViRCOAN. Dalam proses produksinya, LAMPUKITA memiliki beberapa rangkaian proses diantaranya adalah pengupasan buah kelapa, pamarutan buah kelapa, pemerasan santan, dan masuk pada proses produksi inti yaitu masuk pada proses labolatorium, dimana hanya pekerja yang telah memiliki keahlian khusus yang mampu melakukan proses tahap ini. Setelah mengambil lapisan minyak bening (VCO) dari wadah fermentasi, akan didapat lapisan kental berwarna putih di tengah yang disebut *blondo*. Pembuatan minyak goreng kelapa dari *blondo* (ampas sisa pembuatan VCO) adalah langkah yang cerdas untuk meminimalisir limbah sekaligus mendapatkan hasil tambahan. *Blondo* sebenarnya adalah gumpalan protein kelapa yang masih memerangkap sisa-sisa lemak atau minyak di dalamnya.

Pengolahan *blondo* VCO menjadi minyak goreng kelapa dilakukan melalui beberapa tahap yaitu :

a. Tahap Pemisahan (Penguapan Air)

Setelah mengambil lapisan minyak bening (VCO) dari wadah fermentasi, akan diperoleh lapisan kental berwarna putih di tengah yang disebut *blondo*. Kemudian dilakukan pemanasan yaitu dengan memasukkan *blondo* ke dalam wajan atau penggorengan dan dimasak dengan api kecil ke sedang. Proses ini bertujuan untuk menguapkan sisa air yang masih terikat dalam *blondo* dan merusak ikatan protein agar minyak yang terperangkap di dalamnya keluar.

b. Tahap Pengadukan (Karamelisasi)

Selama pemanasan, harus dilakukan pengadukan *blondo* agar panas merata dan tidak gosong di bagian bawah. Lama-kelamaan, *blondo* yang tadinya putih akan mulai berubah warna menjadi kekuningan dan teksturnya menjadi lebih kasar/berbutir. Minyak goreng akan mulai keluar dan menggenang di sekitar butiran *blondo* tersebut.

c. Tahap Pematangan

Pemanasan dihentikan ketika *blondo* sudah berwarna cokelat keemasan (*golden brown*).

d. Tahap Penyaringan dan Pengepresan

Sebelum dilakukan penyaringan, terlebih dahulu menyediakan wadah yang dilapisi kain saring atau kertas merang. Setelah itu, campuran minyak dan blondo dituangkan ke dalam wadah penyaringan. Setelah itu dilakukan pengepresan dengan menekan blondo di atas saringan menggunakan sendok atau alat pres manual untuk memastikan seluruh sisa minyak keluar maksimal. Setelah itu, dilakukan pengemasan dengan merek minyak goreng CORKITA.

Tantangan saat ini yang menghambat dari jalannya proses produksi adalah ketersediaan bahan baku. Sumber pembelian bahan baku VCO LAMPUKITA di Fakfak hanya 3 lokasi yang memiliki buah kelapa sesuai dengan standar. Lokasi tersebut adalah Kampung Pasir Putih, Kampung Arguni dan Kampung Pulau Pisang. Buah kelapa yang menjadi kriteria sebagai bahan baku pembuatan VCO adalah salah satunya memiliki rendemen yang banyak dan terawat buahnya. Beberapa lokasi penghasil buah kelapa di sekitar Fakfak memiliki rendemen yang rendah dan penanganan pasca panennya kurang tepat sehingga dianggap tidak memenuhi kriteria standar dari LAMPUKITA. Hal ini yang menyebabkan proses produksi di LAMPUKITA terputus-putus yaitu proses produksi hanya akan berlangsung dalam waktu tertentu saja tanpa ada jadwal tetap. Kriteria standar bahan baku kelapa yang ditetapkan oleh LAMPUKITA adalah buah kelapa yang tua sempurna tanpa mengalami penuaan buatan, memiliki rendemen 15:1 (15 buah kelapa menghasilkan 1 liter VCO murni), memiliki ukuran yang seragam, dan buah kelapa yang utuh tanpa cacat. Menurut Andita, (2018) bahwa kriteria buah kelapa yang baik dijadikan sebagai VCO adalah, ukuran yang seragam, tidak cacat dan pecah, serta dalam keadaan tua dengan rendemen santan yang 1:3 (1 buah menghasilkan 300 mL santan murni). Umumnya, dari 100 butir kelapa tua biasanya menghasilkan total minyak (VCO ditambah minyak goreng) yaitu sekitar 10 hingga 15 liter. Rasio minyak yaitu umumnya, 1 liter minyak membutuhkan 7–10 butir kelapa (tergantung ukuran dan kematangan buah. VCO (minyak murni) menempati sekitar 60% - 70% dari total minyak yang dihasilkan, yaitu sekitar 7 – 9 liter VCO. Minyak goreng dari blondo menempati sekitar 30% - 40% dari total sisa minyak di dalam krim dengan menghasilkan 3 – 5 liter minyak goreng.

Kapasitas produksi adalah suatu tingkat yang menyatakan batas kemampuan, penerimaan, penyimpanan atau keluaran dari suatu unit, fasilitas atau output untuk memproduksi dalam suatu periode waktu tertentu. Kapasitas produksi VCO biasanya memproduksi 6,5 liter VCO murni. Untuk mencapai 6,5 liter VCO murni, membutuhkan 100 buah kelapa. Kapasitas ini bisa saja berubah tergantung keadaan dari buah kelapa

yang di olah menjadi VCO. LAMPUKITA memiliki alat produksi (pengendapan) dengan kapasitas hingga 500 buah yang jika diolah menjadi VCO akan menghasilkan kurang lebih 33 liter. Blondo yang diolah menghasilkan 15 liter minyak goreng kelapa. Kapasitas alat yang besar tentu saja harus dibarengi dengan ketersediaan bahan baku. Seperti yang diuraikan pada pembahasan sebelumnya, bahwa ketersediaan bahan baku berupa kelapa tua ini sangat terbatas ketersediaannya yang benar-benar memenuhi standar yang ditetapkan LAMPUKITA. Menurut Budi, (2017) menyatakan bahwa kapasitas produksi merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat kemajuan dari usaha yang lakukan. Kapasitas produksi juga berkorelasi terhadap banyak faktor seperti, jumlah tenaga kerja, penerapan teknologi pengolahan dan jumlah penggunaan bahan baku. Kapasitas produksi juga membuat sistem produksi menjadi lebih efisien. Berkaitan dengan bahan baku, perusahaan harus mampu melakukan pengadaan bahan baku secara optimal.

Menurut Patimang, et.al., (2023), jumlah pembelian bahan baku yang optimal dilakukan oleh LAMPUKITA dengan metode EOQ sebanyak 3001 buah. Secara aktual, perusahaan melakukan pembelian bahan baku sebanyak 4893 buah. Frekuensi pembelian bahan baku yang optimal dengan metode EOQ sebanyak 2 kali dan secara sebanyak 21 kali. Biaya persediaan bahan baku kelapa dengan metode EOQ sebesar Rp 6.949.506, secara actual sebesar Rp 59.782.754. Titik pemesanan kembali dengan metode EOQ dilakukan pada saat mencapai 614 buah. Persediaan pengaman bahan baku kelapa dengan metode EOQ yaitu sebesar 506 buah. LAMPUKITA.

### **Analisis Lingkungan Internal (IFAS)**

#### **Kekuatan Internal**

Kekuatan utama LAMPUKITA sebagai UMKM terletak pada penggunaan bahan baku alami, pemanfaatan limbah blondo VCO sebagai bahan baku utama, serta cita rasa khas kelapa lokal Fakfak. Strategi pengolahan hasil samping ini terbukti mampu meningkatkan nilai tambah produk kelapa dan memperkuat daya saing usaha agroindustri skala kecil (Wardani, et al., 2025). Selain itu, proses produksi yang relatif sederhana memungkinkan usaha dijalankan dengan teknologi yang sesuai dengan kondisi UMKM di daerah dan keterbatasan modal (Motik, et al., 2025).

#### **Kelemahan Internal**

Kelemahan utama usaha adalah keterbatasan bahan baku kelapa yang memenuhi standar VCO. Kondisi ini disebabkan oleh sistem budidaya kelapa rakyat yang belum

terstandar dan belum adanya integrasi yang kuat antara petani kelapa sebagai produsen bahan baku dengan UMKM pengolah (Agus, et al., 2025).

Keterbatasan modal dan kapasitas produksi juga menjadi faktor penghambat pengembangan usaha, sebagaimana umum terjadi pada agroindustri perkebunan skala kecil di daerah kecil (Motik, et al., 2025). Keterbatasan modal dan kapasitas produksi agroindustri seringkali disebabkan oleh terbatasnya akses pendanaan, penggunaan teknologi sederhana yang berdampak pada efisiensi dan kualitas, manajemen usaha yang belum optimal, serta masalah rantai pasok bahan baku yang tidak kontinyu, yang semuanya menghambat peningkatan skala usaha dan daya saing produk.

### **Analisis Lingkungan Eksternal (EFAS)**

#### **Peluang Eksternal**

Peluang pengembangan usaha berasal dari meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap konsumsi minyak sehat. Minyak goreng dari blondo VCO memiliki kelebihan dibanding dengan minyak goreng kelapa sawit. Minyak goreng kelapa hasil blondo VCO memiliki titik asap sedang (cocok untuk menumis atau sekali goreng sehat), ketahanannya lebih stabil terhadap oksidasi dan mengandung asam laurat (anti virus dan bakteri). Keunggulan kompetitif nutrisi daya saing utama minyak goreng blondo terletak pada kandungan asam laurat yang tinggi. Berbeda dengan minyak sawit yang didominasi oleh asam palmitat, asam laurat dalam minyak kelapa dikenal memiliki sifat antimikroba dan lebih mudah dimetabolisme oleh tubuh menjadi energi, bukan disimpan sebagai lemak (Nevin, et.al., 2014). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun dari sisi harga produk UMKM lebih mahal, produk ini memiliki *value proposition* sebagai 'pangan fungsional' (*functional food*) yang tidak dimiliki oleh minyak goreng sawit curah maupun kemasan. Stabilitas oksidasi dan efisiensi penggunaan secara teknis, minyak goreng kelapa hasil olahan blondo menunjukkan stabilitas yang lebih tinggi terhadap oksidasi. Dalam pengamatan selama proses penggorengan, minyak ini tidak cepat mengalami perubahan warna menjadi hitam dibandingkan minyak sawit. Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat ikatan rangkap pada asam lemak jenuh kelapa. Temuan ini menjadi nilai penting untuk mengimbangi keluhan konsumen terhadap harga yang tinggi ; melalui narasi bahwa minyak kelapa dapat digunakan lebih sering (lebih awet) dibandingkan minyak sawit, sehingga secara jangka panjang pengeluaran konsumen menjadi lebih efisien.

Perbandingan harga menunjukkan selisih yang cukup signifikan, dimana minyak blondo diposisikan pada harga premium. Mengingat keterbatasan bahan baku kelapa

standar VCO yang menyebabkan biaya produksi sulit ditekan, LAMPUKITA memang tidak bersaing secara *head-to-head* pada segmen pasar komoditas. Sebaliknya, LAMPUKITA sudah masuk ke *niche market* (pasar ceruk). Strategi persaingan yang dilakukan, bukan dengan menurunkan harga hingga setara minyak sawit, melainkan memperkuat branding pada aspek kesehatan, kejernihan, dan aroma kelapa yang khas sebagai atribut kemewahan produk. Hal ini terbukti, setiap sudah melakukan proses produksi, produk minyak goreng CORKITA hasil produksi LAMPUKITA langsung habis.

Selain keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh minyak goreng kelapa dari blondo VCO, peluang lainnya adalah dukungan pemerintah terhadap pengembangan UMKM, dan terbukanya pasar produk berbasis kelapa. Dukungan kebijakan dan pengembangan agroindustri lokal merupakan faktor penting dalam mendorong keberlanjutan agribisnis perkebunan (Agus, et al., 2025). Kemitraan dengan petani kelapa memiliki potensi besar untuk menjamin kontinuitas bahan baku dan meningkatkan kesejahteraan petani (Medah, et al., 2025).

#### **Ancaman Eksternal**

Ancaman utama yang dihadapi LAMPUKITA adalah fluktuasi produksi kelapa akibat faktor musiman dan ketidakstabilan harga bahan baku. Ketidakpastian pasokan merupakan tantangan umum dalam agribisnis perkebunan yang dapat memengaruhi keberlanjutan usaha agroindustri (Motik, et al., 2025).

Persaingan dengan minyak goreng pabrikan juga menjadi ancaman karena perbedaan skala produksi dan efisiensi biaya (Wardani, et al., 2025). Tanpa inovasi teknologi, pelaku agroindustri sulit meningkatkan kuantitas dan kualitas produk untuk memenuhi permintaan yang lebih besar.

#### **Strategi Pengembangan Usaha**

Usaha minyak goreng kelapa dari blondo VCO di LAMPUKITA memiliki potensi pengembangan yang cukup besar karena mampu menciptakan nilai tambah dari hasil samping pengolahan VCO serta memanfaatkan komoditas perkebunan kelapa lokal.

Berdasarkan analisis SWOT dan QSPM, strategi yang paling tepat dilakukan oleh LAMPUKITA adalah pengembangan kemitraan dengan petani kelapa berbasis standar VCO. Kemitraan agribisnis adalah kerja sama yang saling menguntungkan antara petani (atau kelompok tani) dengan pihak lain, seperti perusahaan pengolahan atau distributor, untuk mengatasi masalah seperti keterbatasan modal dan teknologi, serta meningkatkan

kualitas produk dan pemasaran. Tujuannya adalah menciptakan keseimbangan, sinergi, dan saling percaya demi meningkatkan kesejahteraan bersama, dengan manfaat seperti peningkatan produktivitas, pendapatan, dan keberlanjutan usaha. Manfaat kemitraan agribisnis. Bagi petani yaitu mendapatkan modal, teknologi, dan akses pasar ; meningkatkan produktivitas dan efisiensi ; mendapat kepastian pasar dan jaminan kualitas ; mengurangi risiko sosial. Bagi mitra perusahaan yaitu memperoleh jaminan pasokan bahan baku dengan kualitas dan kuantitas yang dibutuhkan secara berkelanjutan.

Strategi kemitraan dinilai mampu mengatasi keterbatasan bahan baku serta memperkuat hubungan antara subsistem hulu dan hilir agribisnis kelapa (Medah, et al., 2025). Kemitraan agribisnis terbukti meningkatkan efisiensi produksi, menjamin kepastian pasokan, dan memperbaiki posisi tawar petani kelapa (Agus, et al., 2025).

Menurut Patimang, et al., (2023), LAMPUKITA disarankan untuk menerapkan metode EOQ dalam melakukan pengendalian persediaan bahan baku karena terbukti menghasilkan total biaya persediaan yang lebih efisien melalui kuantitas dan frekuensi pembelian bahan baku yang optimal. Saran lain yaitu sebaiknya LAMPUKITA menentukan besarnya *safety stock* dan *reorder point* dalam melakukan pengendalian persediaan bahan baku untuk mengantisipasi kemungkinan kekurangan bahan baku dan kemungkinan keterlambatan bahan baku yang dipesan.

Strategi yang sudah dilakukan LAMPUKITA dalam pengembangan usaha minyak goreng hasil blonde VCO yaitu strategi diferensiasi (strategi untuk menghadapi persaingan dengan minyak kelapa biasa, LAMPUKITA berusaha memposisikan minyak goreng blonde sebagai produk premium dan sehat.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat disimpulkan : a). Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha LAMPUKITA terletak pada keunggulan produk alami, pemanfaatan blonde VCO, serta cita rasa khas kelapa Fakfak. Namun, kelemahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan ketersediaan bahan baku kelapa yang memenuhi standar VCO, kapasitas produksi yang masih kecil, dan keterbatasan modal usaha ; b.) Analisis IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa secara internal dan eksternal LAMPUKITA berada pada kondisi yang cukup mendukung untuk dikembangkan, tetapi keberlanjutan usaha sangat ditentukan oleh kemampuan mengelola rantai pasok bahan baku kelapa ; c) berdasarkan hasil QSPM, strategi yang paling tepat untuk dikembangkan oleh LAMPUKITA adalah strategi kemitraan dengan petani kelapa

berbasis standar VCO, karena strategi ini memiliki nilai daya tarik tertinggi dan secara langsung mampu mengatasi kendala utama usaha, yaitu keterbatasan bahan baku ; d). LAMPUKITA dapat menerapkan berbagai model bisnis baru untuk menanggulangi kendala keterbatasan bahan baku kelapa dalam pengembangan usahanya. LAMPUKITA disarankan membangun kemitraan formal dengan petani kelapa melalui pembinaan standar panen dan kesepakatan harga guna menjamin kontinuitas bahan baku. Selain itu, petani perlu menerapkan praktik budidaya dan panen yang sesuai standar VCO agar kualitas dan nilai jual kelapa meningkat, serta pemerintah daerah Kabupaten Fakfak diharapkan memfasilitasi kemitraan agribisnis melalui pelatihan, penguatan kelembagaan petani, dan dukungan permodalan terhadap UMKM.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada LAMPUKITA dan seluruh pihak yang terkait dalam penelitian karena telah membantu peneliti selama masa penelitian.

## DAFTAR REFERENSI

- Aditya, R., Rusmarilin, H., & Limbong, L. N. (2014). Optimization of the Making of Virgin Coconut Oil (VCO) with the Addition of Baker Yeast (*Saccharomyces cerevisiae*) and Fermentation Time with VCO Inducement. *Jurnal Rekayasa Pangan dan Pertanian*, 2(2), 51–57. Diambil dari <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/jrpp/article/view/Riko/pdf>
- Agus, H. N., Pravitasari, A. E., & Supijatno. (2025). Development strategy for smallholder oil palm and coconut plantation in Pesisir Selatan Regency. *Journal of the Saudi Society of Agricultural Sciences*. <https://doi.org/10.1007/s44447-025-00033-8>
- Andi Patimang, Hutajulu, P. O., & Jariyanti, J. (2023). ANALISIS PERSEDIAAN BAHAN BAKU KELAPA PADA PEMBUATAN VCO ANAK NEGERI DI LAMPUKITA. *Jurnal Informasi, Sains dan Teknologi*, 6(2), 199–215. <https://doi.org/10.55606/isaintek.v6i02.119>
- Barlina, R. (2019). Teknologi Pengolahan Kelapa Menuju Zero Waste untuk Peningkatan Pendapatan Petani. *Perspektif: Review Penelitian Tanaman Industri*, 18(2), 75–88.
- Dinas Perkebunan Kabupaten Fakfak. (2025). *Data Produksi Kelapa Di Kabupaten Fakfak Tahun 2025*.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2020). *Food Outlook - Biannual Report on Global Food Markets*. Rome.
- Gassmann, O., Frankenberger, K., & Choudury, M. (2020). *The Business Model Navigator: The Strategies Behind the Most Successful Companies*. Harlow: Pearson.
- Haerani. (2010). Pemanfaatan Limbah Virgin Coconut Oil (Blondo). *Jurnal MKMI*, 6(4),

- Karouw, S., & Indrawanto, C. (2014). Pengolahan Dan Peluang Pengembangan Minyak Goreng Berbagai Jenis Kelapa Genjah. *Perspektif*, 14(1), 1–13.
- Kupczyk, T., Dewalska - Opitek, A., Wiczak, O., Budziński, M., & Kalita, D. (2024). Business Model Canvas Application in Start-up Stage Business Developments - Constraints and Challenges. *EUROPEAN RESEARCH STUDIES JOURNAL*, XXVII(4), 921–940. <https://doi.org/10.35808/ersj/3611>
- Kurniawan, A., & Suryani, T. (2020). Strategi Pengembangan Usaha dengan Analisis SWOT. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(1), 1–12.
- Mardiatmoko, G., & Ariyanti, M. (2018). *Produksi Tanaman Kelapa (Cocos nucifera L.)*. Ambon: Badan Penerbit Fakultas Pertanian Universitas Pattimura (BFP-UNPATI).
- Medah, M. sufia, Fallo, F. A. I., Sinlae, D. V., & Zega, D. M. S. (2023). Strategi Pengembangan Agribisnis Berbasis Kemitraan Di Desa Besmarak. *Prosiding Seminar Nasional Hasil-Hasil Penelitian*, 6, 152–158.
- Motik, E. M., Rustiawati, Y., Djamaluddin, I., & Enteding, T. (2021). Strategi Pengembangan Usahatani Kelapa Dalam Di Desa Sobol Baru Kecamatan Mantoh Kabupaten Banggai. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Pertanian*, 1(2), 34–40. <https://doi.org/10.52045/jimfp.v1i2.62>
- Nevin, K. G., & Rajamohan, T. (2014). Virgin coconut oil: emerging functional food and its health benefits. *Food & Function*, 5(6), 1014–1025.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernada, G., Smith, A., & Papadacos, T. (2015). Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. *Journal of Business Models*, 3(1), 81–89.
- Pongoliu, Y. I. D., & Rahman, E. (2015). Pemberdayaan Kelompok Pengrajin Minyak Kelapa Di Kecamatan Bonepantai. *Jurnal Sainstek*, 8(3), 214–324.
- Pratama, A., & Saputra, H. (2022). Manajemen Rantai Pasok Bahan Baku Kelapa pada Industri Kecil di Sumatera. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10(1), 45–58.
- Purao, S., & et al. (2020). The Role of Business Model Canvas in Small and Medium Enterprises. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(1).
- Rahmawati, E., & Khaerunnisya, N. (2018). Pembuatan VCO dengan Proses Fermentasi dan Enzimatis. *Journal of Food and Culinary*.
- Rahmawati, R., & Suryani, T. (2018). Analisis SWOT sebagai Alat Bantu Pengambilan Keputusan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2), 1–15.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Solihah. (2018). *Pengaruh Perbandingan Tepung Komposit (Tepung Terigu, Tepung Ubi Jalar Ungu dan Tepung Kacang Merah) dengan Penambahan Galendo terhadap Karakteristik Bolu Kukus*. Universitas Pasundan.
- Suryani, T., & Kurniawan, A. (2020). Strategi Pemasaran dengan Analisis SWOT. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(3), 1–10.
- Taufik, M. (2020). Strategi UMKM dalam Menghadapi Krisis Rantai Pasok Global. *Jurnal Riset Ekonomi Modern*, 4(1), 12–24.

- Teece, D. J. (2018). Business Models and Dynamic Capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49.
- Wahyuni, E., & Suryani, T. (2020). Analisis SWOT dalam Pengambilan Keputusan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(2), 1–12.
- Wardhani, R., & Zahra, S. (2023). Penerapan Circular Economy pada Industri Pengolahan Kelapa di Indonesia. *Jurnal Sains Terapan dan Lingkungan*, 15(1), 88–102.
- Widodo. (2015). Perbaikan Status Gizi Anak Balita dengan Intervensi Biskuit Berbasis Blondo, Ikan Gabus (*Channa striata*) dan Beras Merah (*Oryza nivara*). *Jurnal Gizi dan Pangan*, 10(1), 85–92.