I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sejak lama dikenal sebagai negara penghasil rempah yang kaya dan beragam dan menjadi salah satu negara sumber utama rempah dunia. Keanekaragaman rempah-rempah yang dimiliki Indonesia tidak hanya memberikan cita rasa khas dalam kuliner, tetapi juga menjadi sumber devisa penting bagi i negara. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa volume ekspor rempah Indonesia terus mengalami peningkatan, mencapai 148,22 ribu ton sepanjang Januari-November 2023, meskipun nilai ekspor mengalami sedikit penurunan (BPS, 2024). Negara tujuan utama ekspor antara lain Tiongkok, Amerika Serikat, India, Vietnam, dan Belanda. Pemerintah pun terus melakukan pembinaan dan pendampingan melalui program-program untuk meningkatkan daya saing rempah Indonesia di pasar global (Anggrasari dkk., 2021).

Salah satu komoditas rempah yang memiliki potensi besar adalah pala, yang tidak hanya kaya nilai ekonomi tetapi juga mempunyai manfaat kesehatan. Pala merupakan rempah bernilai tinggi yang digunakan dalam industri makanan, minuman, dan farmasi. Permintaan pala secara global terus ada meskipun terjadi fluktuasi harga pada beberapa tahun terakhir. Oleh karena itu, pengembangan pala sebagai komoditas unggulan dapat menjadi peluang strategis untuk meningkatkan pendapatan petani dan kontribusi ekspor nasional (Fibriyanti dkk., 2022).

Potensi pala di Banyuwangi menunjukkan peluang yang cukup menjanjikan sebagai komoditas perkebunan yang berkontribusi pada perekonomian daerah. Meskipun data khusus produksi pala di Banyuwangi tidak sebesar provinsi penghasil utama seperti Maluku atau Sulawesi Utara, Banyuwangi adalah salah satu wilayah di Jawa Timur yang mulai mengembangkan tanaman pala sebagai komoditas unggulan. Namun, produksi pala di daerah ini masih berskala kecil dan belum optimal, dengan pengolahan dan pemasaran yang masih sangat tradisional. Untuk itu, pemberdayaan petani dan usaha kecil dalam pengelolaan serta pengembangan teknologi produksi pala di Banyuwangi menjadi sangat penting agar potensi ini dapat dimanfaatkan secara maksimal dan membuka peluang pasar yang lebih luas. Kondisi ini mengindikasikan adanya kebutuhan strategi pengembangan

yang terpadu dan dukungan dari berbagai pihak untuk mendorong peningkatan produktivitas dan nilai tambah pala di Banyuwangi (Sekretariat Jendral Menpan, 2022).

Pengembangan strategi bisnis yang tepat menjadi sangat penting untuk mendukung pertumbuhan usaha pengolahan pala. Strategi bisnis yang meliputi pemasaran yang efektif, pengelolaan produksi yang profesional, serta inovasi produk dapat meningkatkan daya saing dan nilai tambah usaha. Pendekatan yang terintegrasi antara petani, pelaku usaha, pemerintah, dan pihak terkait lainnya dapat menciptakan sinergi untuk mendukung keberlanjutan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat penghasil pala (Partomo dan Soejoedono, 2004; Kotler dan Armstrong, 2001; Huraerah & W. Achmad, 2025).

Pohon pala telah banyak tumbuh di beberapa daerah di Banyuwangi, seperti Pesucen, Songgon, Glagah, dan sebagainya. Desa Pesucen, Kecamatan Kalipuro menjadi sentra UMKM pengolahan pala menjadi manisan dan sirup dengan produksi mencapai 16 ton pertahun (Agustina, dkk, 2025). Produksi buah pala sebagai bahan baku utama menjadi keunggulan komparatif dalam budidaya pala dengan pola tanam tradisional pada lahan pekarangan rumah tangga. Kepemilikan rata-rata petani 20-30 pohon pala per rumah tangga yang menjamin ketersediaan bahan baku stabil untuk konsumsi rumah tangga dan UMKM lokal. Buah pala panen 2 kali dalam setahun dan jumlah buah mencapai lebih dari 5.000 biji pertahun dalam satu pohon. Buah pala yang dihasilkan biasanya dimanfaatkan sebagai bahan produksi untuk menambah perekonomian masyarakat sekitar, terutama mereka yang berfokus berwirausaha produk pala. Selain dapat dijual secara langsung sebagai bahan mentah, buah pala juga sering diolah untuk dijadikan bumbu ataupun makanan, bahkan produk-produk lainnya (Agustina, dkk, 2025).

Produksi manisan pala di Desa Pesucen telah berkembang dan menjadi mata pencaharian bagi sebagian penduduknya, terutama di dua RT dengan produsen UMKM terbanyak, yaitu RT 001 dan RT 002. Pemasaran produk manisan pala dari desa ini telah menjangkau luar kabupaten di Provinsi Jawa Timur, seperti Surabaya, Malang, dan Pasuruan. Manisan pala tersebut kini juga dapat ditemukan di berbagai supermarket, toko oleh-oleh, serta pusat perbelanjaan lainnya.

Buah pala adalah rempah-rempah dengan rasa yang kaya dengan rasa pedas yang khas, serta memiliki beragam manfaat bagi tubuh (Nurdjannah, 2007). Mansian pala memiliki pesaing lokal pada jenis produk yang sama dan minat masyarakat tidak menonjol namun tetap lancar (Fitriani dkk., 2021). Dari segi produksi, pengemasan serta iklan yang perlu dilakukan pengembangan lebih lanjut agar manisan pala lebih dikenal oleh kaum muda.

Permasalahan lain yang dihadapi perusahaan adalah persaingan produk camilan sejenis yang sudah lebih dini untuk memulai usahanya dan berada pada satu daerah pemasaran dengan perusahaan. Situasi persaingan seperti ini memaksa perusahaan untuk mampu membuat strategi usaha yang harus diterapkan agar mampu beradaptasi dengan lingkungan perusahaan yang nantinya akan terus berubah. Penetapan strategi terbaik ditunjukkan agar perusahaan dapat bertahan di tengah persaingan dan mampu menguasai pasar. Sebuah usaha dituntut memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk melakukan analisis persaingan atau kompetisi.

Usaha manisan pala di Desa Pesucen memerlukan peninjauan terhadap potensi pengembangan usaha yang dijalankan yang dapat dilakukan melalui analisis SWOT. Manisan pala dalam menjalankan usahanya juga akan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal dimaknai sebagai kondisi internal dari perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Faktor eksternal diartikan sebagai kondisi eksternal perusahaan yang terdiri dari peluang dan tantangan. Identifikasi terhadap faktor ini akan berguna untuk mendukung penentuan strategi perkembangan perusahaan. Identifikasi yang dilakukan pada perusahaan dalam menjalankan sebuah usaha diperlukan adanya strategi bisnis.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari usaha manisan pala di Desa Pesucen?
2. Bagaimana posisi usaha dan strategi pengembangan produk pala yang harus dilakukan oleh usaha manisan pala di Desa Pesucen?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan Ancaman dari usaha manisan pala di Desa Pesucen
2. Untuk menetukan posisi usaha dan alternatif strategi pengembangan produk manisan pala terutama di Banyuwangi

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian sejenis yang berhubungan dengan analisis strategi pengembangan usaha dalam menghadapi persaingan bisnis dengan metode SWOT.
2. Manfaat Praktis

   Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi:

   a. Bagi usaha

      Melalui penelitian ini dapat memberikan masukan dan pertimbangan pada usaha manisan pala di Desa Pesucen dalam melakukan strategi pemasaran.

   b. Bagi Penulis

      Agar dapat menambah wawasan penulis dan untuk melengkapi salah satu syarat akademik untuk mendapatkan gelar sarjana