



Analisis SWOT dalam Strategi Penguatan Komoditas Salak sebagai Produk Unggulan Tapanuli Selatan

Nur Adawiyah Harahap^{1*}, Fitri Noviyanti Munthe², Karina Zahra³, Sumila Sari⁴

¹⁻⁴Universitas Negeri Medan, Indonesia

Email : nuradawiyah441@gmail.com, fitrinoviyantim@gmail.com,

karinazahra860@gmail.com, sarisumila92@gmail.com

Korespondensi penulis : nuradawiyah441@gmail.com*

Abstract: This study aims to formulate a procurement strategy for salak commodities as a superior product of South Tapanuli Regency through SWOT analysis. Salak commodities were chosen because they consistently show Location Quotient (LQ) values above 1 in 2021–2024, indicating comparative advantage and export potential. The study uses a qualitative descriptive approach with secondary data from BPS, government reports, and previous studies. SWOT analysis is used to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats in the development of salak, especially canned salak product innovation. The results of the study show that South Tapanuli salak has advantages in terms of production, variety quality, and processed product potential, but still faces obstacles in downstreaming innovation and export market access. The transformation strategy is focused on developing new salak-based products, increasing the capacity of MSMEs, and optimizing market promotion and partnerships. This study recommends strengthening synergy between the government, business actors, and farmers to realize salak as a competitive and sustainable export commodity.

Keywords: Location Quotient, Superior Commodity, SWOT.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi penguatan komoditas salak sebagai produk unggulan Kabupaten Tapanuli Selatan melalui analisis SWOT. Komoditas salak dipilih karena secara konsisten menunjukkan nilai Location Quotient (LQ) di atas 1 pada tahun 2021–2024, menandakan keunggulan komparatif dan potensi ekspor. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan data sekunder dari BPS, laporan pemerintah, dan studi terdahulu. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan salak, khususnya inovasi produk salak kaleng. Hasil penelitian menunjukkan bahwa salak Tapanuli Selatan memiliki keunggulan dari sisi produksi, kualitas varietas, dan potensi produk olahan, namun masih menghadapi kendala dalam inovasi hilirisasi dan akses pasar ekspor. Strategi penguatan difokuskan pada pengembangan produk baru berbasis salak, peningkatan kapasitas UMKM, serta optimalisasi promosi dan kemitraan pasar. Penelitian ini merekomendasikan penguatan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan petani untuk mewujudkan salak sebagai komoditas ekspor yang kompetitif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Komoditas Unggulan, Location Quotient, SWOT

1. PENDAHULUAN

Pengembangan komoditas unggulan daerah merupakan strategi penting dalam memperkuat ekonomi lokal, terutama di wilayah agraris seperti Kabupaten Tapanuli Selatan. Komoditas unggulan didefinisikan sebagai produk yang memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif berdasarkan karakteristik wilayah, potensi ekonomi, dan nilai tambah yang dapat dihasilkan (Novita et al., 2023). Penentuan komoditas unggulan tidak hanya mendorong kesejahteraan masyarakat, tetapi juga menjadi fondasi dalam meningkatkan daya saing daerah secara regional maupun nasional.

Salah satu pendekatan yang digunakan dalam mengidentifikasi komoditas unggulan adalah metode Location Quotient (LQ), yaitu alat analisis yang membandingkan kontribusi suatu sektor atau komoditas di daerah tertentu terhadap total sektor yang sama secara nasional (Ananta, 2024).

Tabel 1. Nilai LQ Komoditas Unggulan Kabupaten Tapanuli Selatan
Tahun 2021–2024

TAHUN	NILAI LQ SALAK
2021	1,65
2022	1,69
2023	1,50
2024	1,19

Sumber: BPS Kabupaten Tapanuli Selatan, (2024)

Analisis ini dilakukan pada beberapa komoditas di sektor pertanian, dan hasilnya menunjukkan bahwa komoditas salak secara konsisten memiliki nilai LQ di atas 1 dari tahun 2021 hingga 2024. Konsistensi tersebut mengindikasikan bahwa salak merupakan komoditas basis yang tidak hanya memenuhi konsumsi lokal, tetapi juga berpotensi untuk diekspor ke wilayah lain. Dengan demikian, salak dapat dikategorikan sebagai salah satu komoditas paling potensial di Kabupaten Tapanuli Selatan.

Salak Tapanuli Selatan tidak hanya unggul dari sisi kuantitas, tetapi juga kualitas. Varietas salak merah dan putih telah ditetapkan sebagai varietas nasional sejak 1999 oleh Kementerian Pertanian (Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan, 2017). Produk olahannya seperti dodol salak, sirup, kopi salak, dan madu telah dikembangkan oleh UMKM lokal, namun sebagian besar produk tersebut bersifat lokal dan belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas, khususnya pasar ekspor (Jannah et al., 2019). Belum adanya produk salak kaleng menjadi salah satu bentuk kesenjangan dalam inovasi hilirisasi. Padahal, salak kaleng sebagai produk siap saji memiliki daya simpan yang lebih lama, praktis, dan berpeluang besar memasuki pasar global yang semakin mengutamakan kecepatan dan kenyamanan konsumsi.

Pentingnya pengembangan produk baru seperti salak kaleng terletak pada kemampuannya menambah nilai ekonomi, memperpanjang umur simpan, dan memperluas segmen pasar. Di tengah tren konsumsi makanan instan dan awetan yang meningkat, produk berbasis buah lokal dengan kemasan modern akan memiliki daya tarik tersendiri. Potensi ini akan mendukung penguatan industri agro di pedesaan serta mendorong ekspor berbasis produk lokal.

Dalam merumuskan strategi pengembangan salak kaleng, diperlukan alat analisis yang mampu menggambarkan kondisi internal dan eksternal secara menyeluruh. Pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) sangat sesuai digunakan karena mampu menganalisis potensi, tantangan, kelemahan, serta peluang pasar secara terstruktur dan strategis (Pribadi, 2021). Melalui analisis SWOT, dapat dirumuskan strategi penguatan yang berbasis potensi nyata dan ancaman faktual dalam pengembangan salak sebagai komoditas ekspor.

Dengan demikian, tujuan dari kajian ini adalah untuk merumuskan strategi penguatan komoditas salak melalui analisis SWOT, dalam rangka mendorong pengembangan salak kaleng sebagai inovasi produk unggulan Kabupaten Tapanuli Selatan yang kompetitif dan berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORI

Komoditas Unggulan

Komoditas unggulan adalah produk utama yang menjadi andalan suatu daerah atau negara karena kualitas, permintaan pasar, dan kontribusinya terhadap ekonomi. Menurut Pradana (2019), secara umum komoditi adalah produk yang dihasilkan terus-menerus oleh produsen dan dianggap unggulan jika memberikan kontribusi signifikan minimal bagi produsen tersebut. Menurut Helmi, M., Sriartha, I. P., & Sarmita (2021) komoditas unggulan merupakan jenis komoditas yang layak untuk dikembangkan karena mampu memberikan manfaat bagi petani dari segi fisik, sosial, dan ekonomi. Menurut Sombolayuk, Y., & Bakar, (2023) komoditas unggulan adalah komoditas yang layak dikembangkan karena memberikan keuntungan bagi petani secara biofisik, sosial, dan ekonomi. Suatu komoditas dianggap layak secara biofisik apabila pengelolaannya sesuai dengan zona agroekologi yang ada. Dari sisi sosial, komoditas tersebut layak jika memberikan peluang usaha yang dapat dijalankan dan diterima oleh masyarakat setempat, sehingga mampu menyerap tenaga kerja. Sementara itu, secara ekonomi, komoditas tersebut dikatakan layak apabila memberikan keuntungan finansial. Komoditas unggulan adalah jenis komoditas yang memiliki daya tarik dan nilai ekonomi tinggi serta mampu memberikan kontribusi pendapatan daerah yang lebih besar dibandingkan komoditas lain. Selain itu, komoditas ini juga dianggap potensial karena memiliki kemampuan bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain (Fattah, 2021).

Komoditas unggulan dapat dibedakan menjadi dua kelompok menurut Hanafiah (1999, dalam Setiyanto 2013)

- a. Komoditas unggulan basis ekonomi, dikembangkan dalam rangka pengembangan ekonomi yang berorientasi pasar, baik lokal, regional, nasional, maupun internasional. Pertumbuhan komoditas ini ditentukan oleh efisiensi teknis dan ekonomis serta keunggulan komparatif dan kompetitif yang memungkinkan komoditas tersebut bersaing di pasar nasional dan internasional.
- b. Komoditas unggulan non basis ekonomi, dikembangkan untuk mendukung stabilitas sosial, ekonomi, dan politik dengan fokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pemenuhan kebutuhan pasar dalam negeri. Kelompok ini dikenal sebagai komoditas strategis, yang lebih berorientasi pada stabilitas dan kesejahteraan masyarakat serta pasar domestik.

Menurut Ambardi (2002, dalam Setiyanto, 2013) ciri-ciri komoditas unggulan meliputi:

- a) Komoditas unggulan harus dapat menjadi penggerak utama pembangunan dengan memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan produksi dan pendapatan.
- b) Komoditas ini memiliki keterkaitan yang kuat ke depan, baik dengan komoditas unggulan lainnya maupun komoditas lain.
- c) Komoditas unggulan mampu bersaing di pasar nasional dengan produk sejenis dari wilayah lain, baik dari segi harga, biaya produksi, kualitas pelayanan, maupun aspek lainnya, serta memiliki hubungan dengan daerah lain dalam hal pasar dan pemasok bahan baku.
- d) Komoditas tersebut juga harus mampu menyerap tenaga kerja berkualitas secara optimal sesuai dengan skala produksinya.

Untuk melihat komoditas unggulan, metode yang umum digunakan meliputi Location Quotient (LQ) untuk mengukur keunggulan komparatif berdasarkan proporsi produksi wilayah, di mana nilai $LQ > 1$ menandakan komoditas unggulan. Shift Share Analysis juga dipakai untuk menganalisis pertumbuhan dan perubahan struktur ekonomi komoditas guna mengidentifikasi potensi pengembangan (Heldayani, 2022).

Berdasarkan penjelasan tersebut, komoditas unggulan adalah jenis komoditas yang memiliki ciri dan karakteristik khusus yang berkaitan dengan kemampuannya untuk bersaing secara komparatif maupun kompetitif di tingkat internasional, nasional, regional, maupun lokal. Penetapan jenis komoditas unggulan dilakukan dengan mempertimbangkan tujuan dan kriteria tertentu yang meliputi kesesuaian dengan agroekosistem, aspek sosial budaya termasuk kearifan lokal, faktor ekonomi, teknologi, kebijakan, serta kondisi lingkungan. Produk unggulan daerah mencerminkan kemampuan daerah dalam

menghasilkan nilai, memanfaatkan sumber daya, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan pendapatan dan investasi (Sombolayuk, Y., & Bakar, 2023).

Analisis SWOT

Analisis SWOT terhadap produk unggulan suatu daerah merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan produk tersebut. Proses ini dilakukan secara sistematis untuk merumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan daya saing produk unggulan daerah. Menurut Gunawan et al., (2020) metode analisis SWOT digunakan untuk menghubungkan peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan dan kelemahan internal produk di daerah, guna mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan produk tersebut. Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan (Perdana, M. A., Amanda, A. T., & Yasin, 2023).

Fungsi analisis ini adalah untuk mengevaluasi daya saing dan strategi pengembangan produk unggulan daerah. Dalam analisis ini, kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) merupakan faktor internal yang mencakup keunggulan dan kendala produk, sedangkan peluang (opportunities) dan ancaman (threats) adalah faktor eksternal yang meliputi kondisi pasar, persaingan, serta kebijakan yang dapat memengaruhi keberhasilan produk unggulan di pasar. Dengan memahami keempat aspek tersebut, daerah dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk memaksimalkan potensi produk unggulan sekaligus mengatasi tantangan yang ada (Mashuri & Nurjannah, 2020).

Menurut Fristasya et al., (2021), analisis SWOT memiliki beberapa manfaat penting dalam konteks pengembangan produk unggulan daerah, antara lain:

- 1) Membantu daerah merumuskan strategi yang tepat dengan mempertimbangkan kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi produk unggulan.
- 2) Menyediakan informasi yang komprehensif untuk mendukung pengambilan keputusan dalam pengembangan dan pemasaran produk unggulan.
- 3) Membantu mengidentifikasi peluang dan potensi produk unggulan yang belum dimanfaatkan secara optimal.
- 4) Memberikan pemahaman tentang ancaman yang mungkin dihadapi produk unggulan daerah sehingga dapat diambil langkah-langkah pencegahan yang efektif.

- 5) Meningkatkan daya saing produk unggulan daerah dengan memaksimalkan kekuatan yang ada dan mengatasi kelemahan yang menjadi hambatan.

Dengan melakukan analisis SWOT, daerah dapat merumuskan strategi untuk meningkatkan produk unggulan melalui promosi yang lebih menarik, pengembangan produk baru yang inovatif, serta memanfaatkan peluang ekspansi ke wilayah baru.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan maksud untuk menggambarkan kondisi aktual komoditas salak sebagai produk unggulan daerah Tapanuli Selatan, serta menganalisis strategi pengembangannya melalui metode SWOT. Metode ini umum digunakan dalam penelitian pengembangan komoditas berbasis lokal karena memungkinkan peneliti memahami dinamika sosial, ekonomi, dan kelembagaan secara holistik (Sugiyono, 2019).

Sumber Data Penelitian ini menggunakan data sekunder, meliputi: Publikasi resmi dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Tapanuli Selatan, Laporan pemerintah daerah dan kementerian, Artikel ilmiah dari jurnal yang relevan mengenai LQ, pengolahan produk lokal, dan strategi UMKM, Dokumen mengenai penguatan komoditas pertanian.

Penggunaan data sekunder dipilih karena efektif dalam menggambarkan situasi regional dan didukung oleh ketersediaan data statistik yang valid dan akurat (Indrawati, 2015). Data utama mencakup nilai Location Quotient (LQ) , luas panen, volume produksi salak, serta aspek kelembagaan dan pemasaran.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis location quotient (LQ). Metode Location Quotient (LQ) digunakan untuk mengukur kontribusi relatif suatu sektor atau komoditas terhadap perekonomian daerah dibandingkan wilayah referensi. $LQ > 1$ menunjukkan bahwa sektor tersebut merupakan sektor basis dan memiliki potensi ekspor (Ananta, 2024). Analisis juga SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam pengembangan komoditas salak. SWOT dipilih karena mampu memberikan landasan strategi yang komprehensif dalam penguatan komoditas lokal berbasis potensi dan tantangan nyata (Rangkuti, 1998).

Penyusunan SWOT dilakukan berdasarkan:

- Data produksi dan distribusi dari BPS,
- Informasi kelembagaan dari Pemkab Tapanuli Selatan,

- Studi tentang pengolahan salak oleh UMKM
- Penelitian terdahulu mengenai varietas salak lokal

Langkah-langkah penelitian ini mencakup:

- Pengumpulan data statistik mengenai komoditas pertanian dari BPS.
- Perhitungan dan interpretasi nilai LQ.
- Penyusunan matriks SWOT berdasarkan data empiris dan literatur.
- Perumusan strategi pengembangan komoditas salak berbasis analisis SWOT.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT Komoditas Salak sebagai Produk Unggulan Tapanuli Selatan

Kabupaten Tapanuli Selatan merupakan salah satu daerah penghasil salak terbesar di Sumatera Utara. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2024), salak menunjukkan performa yang paling konsisten dalam kontribusinya terhadap sektor pertanian lokal. Hal ini tercermin dalam perhitungan *Location Quotient (LQ)* yang digunakan untuk mengukur keunggulan suatu komoditas dibanding rata-rata wilayah lain. Berikut tabel untuk menunjukkan nilai LQ dari beberapa komoditas sektor pertanian di Kabupaten Tapanuli Selatan selama tahun 2021-2024:

Tabel 2. Nilai LQ Komoditas Unggulan Kabupaten Tapanuli Selatan
Tahun 2021–2024

Komoditas	2021	2022	2023	2024
Kakao	0,14	0,19	1,01	0,00
Gula Aren	0,43	3,19	-	-
Kopi Arabika	0,08	0,16	0,28	-
Padi	0,10	0,16	0,24	0,06
Salak	1,65	1,69	1,50	1,19

Sumber: Olah data BPS, 2021–2024

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa hanya buah salak yang konsisten menunjukkan nilai Location Quotient (LQ) di atas 1 selama periode 2021 hingga 2024. Hal ini menunjukkan bahwa salak merupakan komoditas unggulan yang produksinya melebihi permintaan lokal dan dapat dipasarkan di luar daerah. Di sisi lain, komoditas lainnya seperti kakao dan gula aren hanya menunjukkan keunggulan pada tahun-tahun tertentu, sementara kopi Arabika dan padi cenderung tidak menunjukkan kestabilan. Selain itu, data menunjukkan bahwa luas panen salak di Kabupaten Tapanuli Selatan sangat signifikan, terutama di Kecamatan Angkola Barat, Marancar, dan Batang Toru. Produksi salak pun

tergolong tinggi, mencapai lebih dari 346 ribu ton pada tahun 2023 (Badan Pusat Statistik Kabupaten Tapanuli Selatan, 2024).

Salak Tapanuli Selatan memiliki ciri khas yang membedakannya dari daerah lain. Varietasnya mencakup salak merah, salak putih, dan salak sibakkua, dengan cita rasa yang unik, yaitu manis, asam, dan sedikit sepat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Harahap, H. M. Y., Bayu, E. S., & Siregar (2013) bahwa jenis salak di tiga desa di Kabupaten Tapanuli Selatan menunjukkan variasi rasa yang unik pada setiap sampel, antara lain ada rasa manis, manis dengan sedikit asam, manis asam, asam, dan asam campur. Selain itu, tekstur daging buah salak yang dihasilkan dari setiap sampel di ketiga desa tersebut bervariasi antara berserat halus dan berserat kasar. Warna daging buah yang diperoleh juga beragam, yaitu ada yang berwarna putih, putih susu, putih dengan nuansa kemerahan, dan merah.

Peranan salak dalam ekonomi daerah memiliki pengaruh yang sangat penting. Selain berfungsi sebagai sumber utama pendapatan bagi petani di area produksi, salak juga diolah menjadi berbagai jenis produk oleh usaha kecil menengah dan koperasi lokal, seperti dodol salak, sirup, keripik, dan madu salak (Jannah et al., 2019). Produk-produk ini dijual sebagai cinderamata khas daerah dan telah mencapai pasar di tingkat regional. Dengan kelebihan dalam produksi, mutu, dan dampaknya terhadap ekonomi setempat, salak pantas dianggap sebagai komoditas unggulan Tapanuli Selatan yang memiliki potensi untuk berkembang secara berkelanjutan.

Strengths (Kekuatan)

Salak Tapanuli Selatan memiliki keunikan rasa (manis, asam, sepat), dengan jenis lokal yang unggul seperti salak merah dan putih yang telah diakui di tingkat nasional sejak tahun 1999 (Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan, 2017), serta memiliki nutrisi yang kaya. Praktik budidayanya sudah menjadi tradisi yang diwariskan di beberapa kecamatan utama seperti Batang Toru, Marancar, dan Angkola Barat.

Weaknesses (Kelemahan)

Teknologi dalam budidaya dan pascapanen masih menggunakan metode tradisional, proses hilirisasi yang kurang baik, serta distribusi dan promosi produk yang belum efektif. Kualitas buah belum konsisten karena belum ada standar yang ditetapkan. Pendapatan rata-rata petani cukup rendah dan akses terhadap modal sangat terbatas (Amalia Tamima & Putra Kasea Sinaga, 2024).

Opportunities (Peluang)

Tingginya ketertarikan pasar terhadap produk lokal dan kesehatan menciptakan kesempatan untuk mengembangkan berbagai olahan salak seperti dodol, sirup, kopi salak, hingga minuman energi. Dukungan dari pemerintah dan lembaga terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta penguatan koperasi juga dapat meningkatkan peluang bisnis (Jannah et al., 2019). Wisata alam di Tapanuli Selatan bisa menjadi saluran untuk distribusi dan promosi.

Threats (Ancaman)

Persaingan dari produk daerah lain seperti Salak Pondoh yang lebih terkenal secara nasional, serta perubahan iklim, fluktuasi harga, dan alih fungsi lahan untuk perkebunan sawit menjadi tantangan besar bagi kelangsungan budidaya salak (Cahyani, 2017). Di wilayah Tapanuli Selatan, buah salak telah diproses menjadi beragam barang oleh pengusaha UMKM dan koperasi setempat. Beberapa barang tersebut meliputi dodol salak, kurma salak, sirup salak, keripik salak, agar-agar salak, kopi salak, kecap salak, madu salak, serta minuman energi berbasis salak seperti Nagogo Drink (Jannah et al., 2019). Barang-barang ini tidak hanya dipasarkan di pasar lokal, tetapi juga telah menjadi cinderamata khas daerah yang banyak diminati oleh para pengunjung.

Namun, sebagian besar produk olahan salak yang ada di Tapanuli Selatan masih memiliki masa simpan yang cukup singkat dan memerlukan cara penyimpanan khusus. Situasi ini membatasi jangkauan distribusi dan menghalangi peluang ekspor, terutama untuk daerah yang jauh dari pusat produksi. Selain itu, mayoritas petani di Tapanuli Selatan sampai sekarang masih menjual salak dalam kondisi segar tanpa menjalani proses pengolahan tambahan yang dapat meningkatkan nilai. Padahal, saat panen melimpah dan tidak semuanya dapat terjual, salak segar berisiko membusuk dan menyebabkan kerugian finansial bagi petani.

Untuk mengatasi masalah tersebut sekaligus meningkatkan nilai ekonomi hasil pertanian, pengembangan produk salak kaleng menjadi salah satu inovasi yang menjanjikan. Pengolahan salak dalam bentuk kalengan memungkinkan buah tersebut dapat bertahan lebih lama tanpa tambahan bahan pengawet, sehingga bisa dipasarkan lebih luas, termasuk ke area luar dan sampai ke luar negeri. Proses pengalengan juga berperan dalam mengurangi limbah pascapanen dengan mengolah salak yang tidak terjual menjadi produk yang praktis dan siap untuk dikonsumsi. Oleh karena itu, inovasi salak kaleng tidak hanya

merupakan solusi untuk kendala distribusi dan pemasaran, tetapi juga mendukung hilirisasi komoditas serta peningkatan pendapatan petani dan pelaku UMKM di Tapanuli Selatan.

Inovasi Produk Pengolahan Salak Kaleng sebagai Strategi Hilirisasi

Inovasi produk salak kaleng sebagai bagian dari strategi pengolahan merupakan langkah penting dalam upaya hilirisasi komoditas unggulan di Tapanuli Selatan. Hilirisasi dalam sektor pertanian dapat diartikan sebagai proses di mana produk mentah diolah menjadi barang dengan nilai tambah yang lebih tinggi dan daya saing yang lebih kuat di pasar. Dalam hal salak dari Tapanuli Selatan, pengalengan buah segar menjadi produk kaleng yang siap dikonsumsi tidak hanya meningkatkan nilai ekonomis, tetapi juga membantu menyelesaikan berbagai tantangan yang dihadapi oleh petani dan pelaku usaha kecil dan menengah di daerah tersebut.

Teknologi pengalengan merupakan salah satu metode pengawetan pangan yang telah terbukti efektif dalam mempertahankan kualitas produk dalam jangka waktu yang panjang. Proses pengalengan melibatkan pengemasan produk secara hermetis dalam wadah kaleng yang kemudian disterilkan menggunakan panas untuk membunuh mikroorganisme pembusuk (Prayogo & Najilatil Mazda, 2021). Proses ini dapat mempertahankan cita rasa khas salak dengan karakteristik manis, asam, dan sedikit sepat yang menjadi keunggulan produk daerah. Tekstur daging buah salak yang bervariasi dari halus hingga berserat kasar dapat dipertahankan melalui pengaturan suhu dan waktu sterilisasi yang tepat. Kandungan nutrisi salak seperti vitamin C, serat, dan mineral dapat dipertahankan dengan minimal *loss* selama proses pengolahan.

Keputusan untuk mengembangkan salak menjadi produk kaleng didasari oleh beberapa alasan strategis yang mendesak. Karakteristik salak segar yang mudah rusak dan memiliki masa simpan pendek (3-5 hari) menjadi kendala utama dalam pemasaran, terutama untuk jangkauan distribusi yang luas (Arifianto et al., 2022). Kondisi ini sering menyebabkan kerugian ekonomi bagi petani ketika terjadi panen raya, karena tidak semua produk dapat diserap pasar lokal. Tren konsumsi buah kaleng di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan pertumbuhan pasar mencapai 8-12% per tahun, terutama didorong oleh gaya hidup modern yang mengutamakan kepraktisan. Analisis pasar menunjukkan bahwa produk buah kaleng lokal masih memiliki pangsa pasar yang terbatas dibandingkan produk impor, sehingga membuka peluang besar untuk substitusi impor dengan produk dalam negeri yang berkualitas (Supriyati & Suryani, 2016).

Dari perspektif ekonomi, pengembangan salak kaleng memberikan nilai tambah yang substansial bagi petani dan pelaku UMKM di Tapanuli Selatan. Proses hilirisasi melalui pengalengan dapat meningkatkan margin keuntungan lebih besar dibandingkan penjualan buah segar. Hal ini disebabkan oleh perpanjangan masa simpan produk yang dapat mencapai 2-3 tahun, sehingga memungkinkan penetrasi pasar yang lebih luas termasuk pasar ekspor. Stabilitas harga produk kaleng lebih terjamin dibandingkan fluktuasi harga buah segar yang sangat dipengaruhi oleh musim panen.

Analisis SWOT Produk Salak Kaleng

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) pada produk salak kaleng dari Tapanuli Selatan dapat memberikan wawasan menyeluruh mengenai posisi barang di pasar serta strategi perkembangan yang bisa diterapkan.

Kekuatan (*Strengths*)

Produk salak kaleng Tapanuli Selatan memiliki beberapa kekuatan utama yang dapat menjadi keunggulan kompetitif. Keunikan cita rasa salak lokal dengan karakteristik manis, asam, dan sedikit sepat yang tidak dimiliki varietas salak dari daerah lain memberikan diferensiasi produk yang kuat (Harahap et al., 2013). Masa simpan yang lebih lama untuk produk kaleng memberikan kemudahan dalam distribusi dan pemasaran, memungkinkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas termasuk dalam hal ekspor.

Proses pengalengan dapat menjaga kandungan gizi salak, seperti vitamin C, serat, dan zat antioksidan, dengan kehilangan yang minimal, sehingga nilai gizi produk tetap terjaga. Desain kemasan kaleng yang baik dan aman mendukung mobilitas produk serta menarik bagi konsumen yang tinggal di kota dan mengutamakan kepraktisan. Dukungan dari petani lokal yang menyediakan bahan baku secara berkelanjutan, dengan tradisi budidaya yang sudah kuat di beberapa kecamatan seperti Batang Toru, Marancar, dan Angkola Barat, menjamin kelangsungan produksi (Badan Pusat Statistik Kabupaten Tapanuli Selatan, 2024).

Kelemahan (*Weaknesses*)

Beberapa kelemahan produk salak kaleng yang perlu diatasi meliputi aspek teknologi, modal, dan sumber daya manusia. Investasi awal yang relatif tinggi untuk pembangunan fasilitas pengolahan dengan standar *food grade* dan sertifikasi HACCP menjadi peluang besar yang signifikan bagi UMKM lokal. Keterbatasan penguasaan

teknologi pengalengan oleh pelaku usaha lokal memerlukan program pelatihan dan pendampingan teknis yang intensif (Supriyati & Suryani, 2016). Belum adanya standar kualitas baku untuk salak Tapanuli Selatan dapat menyebabkan inkonsistensi produk akhir yang berpengaruh pada kepercayaan konsumen. Ketergantungan pada musim panen dapat mempengaruhi kontinuitas produksi, terutama jika tidak ada sistem penyimpanan bahan baku yang memadai. Keterbatasan jaringan distribusi dan pemasaran yang masih terfokus pada pasar regional dapat menghambat ekspansi ke pasar nasional dan internasional.

Peluang (*Opportunities*)

Peluang pengembangan produk salak kaleng sangat menjanjikan dengan didukung berbagai faktor eksternal yang menguntungkan. Tren *healthy lifestyle* dan *back to nature* yang berkembang di kalangan konsumen urban membuka peluang besar untuk produk buah kaleng alami tanpa pengawet kimia (Saberina et al., 2022). Pertumbuhan industri pariwisata di Sumatera Utara dapat menjadi saluran distribusi untuk produk salak kaleng sebagai oleh-oleh khas daerah.

Program pemerintah untuk mendorong produk substitusi impor memberikan peluang untuk menggantikan buah kaleng impor dengan produk lokal yang berkualitas. Perkembangan e-commerce dan digital marketing membuka akses pasar yang lebih luas dengan biaya promosi yang relatif terjangkau. Potensi ekspor ke negara-negara ASEAN dan Timur Tengah yang memiliki apresiasi tinggi terhadap produk halal dan berkualitas dari Indonesia menciptakan peluang bisnis yang menguntungkan (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2021).

Ancaman (*Threats*)

Persaingan dengan produk buah kaleng *established brands*, baik domestik maupun impor, yang sudah memiliki *brand recognition* dan jaringan distribusi yang kuat menjadi tantangan utama. Fluktuasi harga komoditas dan biaya produksi, termasuk kenaikan harga kaleng dan bahan pendukung lainnya dapat mempengaruhi margin keuntungan. Perubahan regulasi terkait keamanan pangan dan standar ekspor yang semakin ketat memerlukan investasi tambahan untuk *compliance* yang dapat membebani UMKM.

Risiko alih fungsi lahan pertanian salak menjadi perkebunan kelapa sawit yang lebih menguntungkan secara jangka pendek dapat mengancam ketersediaan bahan baku. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin *health-conscious* dapat mengurangi preferensi terhadap produk kaleng yang dianggap kurang natural dibandingkan buah segar.

Berdasarkan analisis SWOT tersebut, strategi pengembangan produk salak kaleng perlu fokus pada pemanfaatan kekuatan untuk menangkap peluang (strategi SO), meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman (strategi WT), serta menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman (strategi ST) dan memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan (strategi WO). Implementasi strategi yang tepat akan menentukan keberhasilan produk salak kaleng dalam merebut pangsa pasar dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi daerah Tapanuli Selatan. Inovasi produk salak kaleng tidak hanya merupakan solusi teknis untuk mengatasi masalah masa simpan dan distribusi, tetapi juga strategi ekonomi yang komprehensif untuk meningkatkan daya saing komoditas unggulan Tapanuli Selatan. Keberhasilan implementasi strategi ini akan memberikan dampak positif bagi peningkatan pendapatan petani, pengembangan UMKM lokal, serta penguatan ekonomi daerah secara keseluruhan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, salak merupakan komoditas unggulan Tapanuli Selatan dengan nilai LQ di atas 1 secara konsisten, luas panen dan volume produksi tinggi, serta memiliki varietas dan cita rasa khas. Produk olahan salak telah berkembang, namun inovasi hilirisasi seperti salak kaleng masih minim dan akses pasar ekspor belum optimal. Analisis SWOT menunjukkan kekuatan pada produksi dan kualitas, kelemahan pada inovasi produk dan pemasaran, peluang pada tren konsumsi makanan instan dan ekspor, serta ancaman dari persaingan dan keterbatasan teknologi. Strategi penguatan yang disarankan meliputi pengembangan produk salak kaleng, peningkatan kapasitas UMKM, promosi berbasis digital, dan kolaborasi lintas sektor. Dengan implementasi strategi ini, salak Tapanuli Selatan berpotensi menjadi komoditas ekspor yang berdaya saing dan berkelanjutan, sekaligus meningkatkan kesejahteraan petani dan ekonomi daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Tamima, N., & Putra Kasea Sinaga, R. (2024). Tinjauan kehidupan sosial ekonomi petani salak di Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Inovasi*, 4(1), 66–72. <https://doi.org/10.58466/literasi.v4i1.1436>
- Ananta, R. R. (2024). Identifikasi sektor ekonomi unggulan di Kota Semarang menggunakan pendekatan analisis location quotient dan tipologi Klassen. *Jurnal Riptek*, 18(32).

- Arifianto, E. Y., Andayani, W., Prayogo, T. B., Agustin, W., Dania, P., Farisza, A., Hakim, R., & Wirasandi, M. R. (2022). Perancangan digital marketing dalam memasarkan produk unggulan Desa Supiturang. *IJCCS*, x(x), 1–5.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tapanuli Selatan. (2024). *Kabupaten Tapanuli Selatan dalam angka 2024*. BPS Kabupaten Tapanuli Selatan. <https://tapanuliselatankab.bps.go.id/id>
- Cahyani, U. E. (2017). Analisis strategi pengembangan agribisnis salak di Kabupaten Tapanuli Selatan. *Kolegial*, 5(1), 36–50. <http://journals.stiedwisakti.ac.id/ojs/index.php/kolegial/article/view/33>
- Fattah, M. (2021). Komoditas unggulan ikan air tawar Pulau Kalimantan. *JFMR - Journal of Fisheries and Marine Research*, 5(2). <https://doi.org/10.21776/ub.jfmr.2021.005.02.8>
- Fristasya, A., Az-Zahra, C. R., Sumiati, M., Fauziah, S., & Ahmad, F. (2021). Pendekatan SWOT dalam pengambilan keputusan perencanaan SDM di PT X. *Setia Mengabdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 20–30. <https://doi.org/10.31113/setiamengabdi.v2i1.17>
- Gunawan, B., Mubarak, M. S., Anbar, N., & Sanjaya, R. (2020). Strategi pengembangan teknologi e-commerce UMKM Rumah Sayur Lembang menggunakan metode analisis SWOT. *Jurnal Teknologi dan Open Source*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.36378/jtos.v3i1.526>
- Harahap, H. M. Y., Bayu, E. S., & Siregar, L. A. M. (2013). Identifikasi karakter morfologis salak Sumatera Utara (*Salacca sumatrana* Becc.) di beberapa daerah Kabupaten Tapanuli Selatan. *Jurnal Agroekoteknologi Universitas Sumatera Utara*, 1(3).
- Heldayani, E. (2022). Implementasi metode location quotient (LQ) untuk analisis potensi komoditas unggulan subsektor hortikultura di Kabupaten Muara Enim. *Geodika: Jurnal Kajian Ilmu dan Pendidikan Geografi*, 6(2), 220–231. <https://doi.org/10.29408/geodika.v6i2.6496>
- Helmi, M., Sriartha, I. P., & Sarmita, I. M. (2021). Strategi pengembangan komoditas unggulan subsektor tanaman perkebunan di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*, 9(1), 26–35. <https://doi.org/10.23887/jjpg.v9i1.29959>
- Indrawati, P. D. (2015). *Metode penelitian manajemen dan bisnis: Konvergensi teknologi komunikasi dan informasi*. PT Refika Aditama.
- Jannah, N., Raessi, S., & Fairuzi, S. (2019). Analisis usaha pengolahan salak pada UKM Salacca di Kabupaten Tapanuli Selatan Provinsi Sumatera Utara. *JOSETA: Journal of Socio-Economics on Tropical Agriculture*, 1(1), 71–78. <https://doi.org/10.25077/joseta.v1i1.187>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2021). *Potensi ekspor produk pangan olahan Indonesia ke pasar global*. <https://www.kemendag.go.id/id/economic-profile/indonesia-profile/potensi-ekspor>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>

- Novita, D., Riyadh, M. I., Asaad, M., & Rinanda, T. (2023). Potensi dan pengembangan komoditas unggulan sektor pertanian di Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Agrica*, 16(1), 102–113. <https://doi.org/10.31289/agrica.v16i1.8434>
- Pemerintah Kabupaten Tapanuli Selatan. (2017). *Salak Tapanuli Selatan*. <https://tapselkab.go.id/detail/salak-tapanuli-selatan>
- Perdana, M. A., Amanda, A. T., & Yasin, M. (2023). Strategi pengembangan produk unggulan industri kecil Bonggolan Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. *Journal of Creative Student Research*, 1(3), 96–104. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i3.1692>
- Pradana, R. S. (2019). Kajian komoditas unggulan perikanan laut tangkap pada setiap kecamatan di Kabupaten Aceh Jaya. *Jurnal Agrica*, 12(2), 61. <https://doi.org/10.31289/agrica.v12i2.2398>
- Prayogo, A., & Najilatil Mazda, C. (2021). Inovasi teknologi plecing kaleng sebagai pemulihan ekonomi pasca gempa Lombok. *Jurnal Informatika Teknologi dan Sains*, 3(3), 376–383. <https://doi.org/10.51401/jinteks.v3i3.1254>
- Pribadi, Y. (2021). Pengukuran daya saing Kabupaten Lampung Tengah: Metode location quotient dan shift-share analysis. *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan*, 9(03), 299. <https://doi.org/10.35450/jip.v9i03.264>
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Saberina, S., Vika, D., Program, A., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2022). Analisis perilaku pembelian konsumen terhadap pangan organik saat pandemi COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Agrikultura*, 33(1), 1–12.
- Setiyanto, A. (2013). Pendekatan dan implementasi pengembangan kawasan komoditas unggulan pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 31(2), 171. <https://doi.org/10.21082/fae.v31n2.2013.171-195>
- Sombolayuk, Y., & Bakar, A. (2023). Analisis strategi pengembangan komoditi unggulan subsektor tanaman pangan di Distrik Mimika Baru. *Jurnal Kritis (Kebijakan, Riset, dan Inovasi)*, 7(1), 91–121. <https://doi.org/10.25077/joseta.v1i3.451>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyati, N., & Suryani, E. (2016). Peranan, peluang dan kendala pengembangan agroindustri di Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 24(2), 92. <https://doi.org/10.21082/fae.v24n2.2006.92-106>