

STRATEGI EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK MINYAK KEMIRI

Rosenta Febri Mutiara Sinaga

Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia

Email Korespondensi: rosentaf@gmail.com

ABSTRAK

Ekonomi kreatif berperan penting dalam meningkatkan daya saing produk minyak kemiri melalui inovasi, kreativitas, dan teknologi. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis strategi ekonomi kreatif yang dapat diterapkan dalam pengembangan minyak kemiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan pemasaran digital, inovasi dalam kemasan, serta diversifikasi produk dapat meningkatkan daya saing minyak kemiri di pasar. Namun, tantangan seperti keterbatasan sumber daya, rendahnya akses teknologi, dan kurangnya edukasi pasar masih menjadi kendala utama. Untuk mengatasi hal ini, strategi yang direkomendasikan meliputi optimalisasi teknologi digital, peningkatan keterampilan tenaga kerja, serta kolaborasi dengan berbagai pihak dalam ekosistem ekonomi kreatif. Dengan penerapan strategi ini, produk minyak kemiri berpotensi memiliki daya saing yang lebih kuat, meningkatkan nilai tambah ekonomi, serta mendukung pertumbuhan sektor industri berbasis bahan alami.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Minyak Kemiri, Daya Saing, Inovasi, Pemasaran Digital

ABSTRACT

The creative economy plays a crucial role in enhancing the competitiveness of candlenut oil products through innovation, creativity, and technology. This study employs a literature review method with a descriptive qualitative approach to analyze creative economy strategies applicable to candlenut oil development. The findings reveal that leveraging digital marketing, packaging innovation, and product diversification can enhance the market competitiveness of candlenut oil. However, challenges such as limited resources, restricted access to technology, and lack of market education remain major obstacles. To address these issues, the recommended strategies include optimizing digital technology, enhancing workforce skills, and fostering collaboration among stakeholders within the creative economy ecosystem. By implementing these strategies, candlenut oil products have the potential to achieve stronger competitiveness, increase economic value, and support the growth of the natural-based industry sector.

Keywords: Creative Economy, Candlenut Oil, Competitiveness, Innovation, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Minyak kemiri berasal dari biji kemiri (*Aleurites molucana*), pohon yang tumbuh di daerah tropis, dan dikenal memiliki kandungan asam lemak tak jenuh, vitamin E, serta antioksidan yang bermanfaat. Minyak ini telah lama digunakan sebagai perawatan alami, terutama untuk rambut, karena mampu menguatkan akar, mengurangi kerontokan, dan memberikan kilau alami. Selain itu, minyak kemiri juga baik untuk kesehatan kulit, berkat sifat anti-inflamasi dan antioksidannya yang membantu meredakan iritasi serta mempercepat proses penyembuhan luka. Lebih dari sekadar produk kecantikan, minyak kemiri juga berkontribusi pada kesehatan secara keseluruhan, seperti menjadi sumber energi, membantu menurunkan kadar kolesterol jahat untuk menjaga kesehatan jantung, dan digunakan dalam pengobatan tradisional untuk mengatasi berbagai masalah kesehatan. Bahkan, aroma khasnya sering dimanfaatkan dalam aromaterapi untuk memberikan efek menenangkan dan mengurangi stres, menjadikannya produk alami yang semakin diminati di industri kecantikan dan kesehatan.

Di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat akan penggunaan produk alami, minyak kemiri memiliki peluang besar untuk berkembang di pasar. Namun, produk ini menghadapi tantangan dalam persaingan dengan produk serupa yang telah lebih dulu dikenal luas. Banyak produsen minyak kemiri masih menerapkan metode produksi dan pemasaran yang konvensional, sehingga daya saing produk ini belum optimal. Selain itu, kurangnya inovasi dalam pengemasan dan branding juga menjadi kendala dalam menarik perhatian konsumen yang semakin selektif dalam memilih produk perawatan alami.

Dalam era globalisasi dan digitalisasi, strategi ekonomi kreatif menjadi solusi potensial dalam meningkatkan daya saing produk minyak kemiri. Konsep ekonomi kreatif, yang pertama kali diperkenalkan oleh (Howkins, 2001), menekankan pada pemanfaatan kreativitas, inovasi, dan teknologi untuk menghasilkan nilai tambah dalam produk dan layanan. (Howkins, 2001) dalam *The Rise of the Creative Class* juga menegaskan bahwa ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing bisnis melalui inovasi digital, pemasaran berbasis media sosial, dan pengembangan produk yang lebih menarik bagi konsumen.

Dengan semakin luasnya akses terhadap teknologi, pelaku usaha dapat mengoptimalkan pemanfaatan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih besar. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa penerapan strategi ekonomi kreatif dapat membantu usaha kecil dan menengah (UKM) dalam meningkatkan kualitas serta pemasaran produknya. (Destiny Priscillia Tandean et al., 2024) menemukan bahwa pelaku usaha yang menerapkan strategi pemasaran digital berbasis ekonomi kreatif mampu meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk mereka. Demikian pula, penelitian (Purnomo, 2024) menunjukkan bahwa inovasi dalam kemasan dan branding dapat meningkatkan daya saing produk alami di pasar lokal maupun internasional. Selain itu, penerapan strategi *storytelling* dalam pemasaran juga terbukti efektif dalam membangun loyalitas konsumen terhadap produk berbasis bahan alami.

Ekonomi kreatif memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing produk minyak kemiri, terutama dalam hal pemasaran dan inovasi. Dengan mendorong produsen untuk lebih kreatif dalam mengembangkan produk dan kemasan, ekonomi kreatif membantu menarik minat konsumen di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Selain itu, strategi pemasaran digital seperti pemanfaatan media sosial dan kolaborasi dengan influencer telah terbukti mampu meningkatkan visibilitas serta penjualan produk. Hasil penelitian (Ngesti Handayani, 2023) juga menunjukkan bahwa

produsen yang menerapkan pendekatan ekonomi kreatif tidak hanya mampu meningkatkan kualitas produk, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang membuat produk mereka lebih unik dibandingkan pesaing. Dengan demikian, penerapan prinsip ekonomi kreatif dalam strategi bisnis dapat memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi produsen minyak kemiri, baik di pasar lokal maupun global.

Meningkatkan daya saing produk minyak kemiri bukanlah tugas yang mudah, karena ada berbagai tantangan yang harus dihadapi. Salah satu tantangan terbesar adalah persaingan yang semakin ketat, di mana banyak produsen menawarkan produk serupa tanpa perbedaan yang jelas. Kurangnya inovasi juga menjadi hambatan, karena banyak produsen masih mengandalkan cara tradisional tanpa mengembangkan varian baru yang lebih menarik bagi konsumen. Selain itu, pemasaran yang kurang efektif membuat produk minyak kemiri sulit dikenal di pasar digital, karena belum banyak produsen yang memanfaatkan strategi pemasaran online secara optimal.

Keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial maupun tenaga kerja, juga sering kali menjadi kendala bagi pelaku usaha kecil untuk berinvestasi dalam inovasi dan pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian (S. Ayu, 2021) menyatakan bahwa Ekonomi kreatif dapat tumbuh dan berkembang dengan adanya sumber daya manusia yang berkualitas serta kreativitas yang menjadi pendorong utamanya. Di sisi lain, rendahnya kesadaran konsumen tentang manfaat minyak kemiri menjadi tantangan tersendiri, karena kurangnya edukasi membuat produk ini belum sepenuhnya dipahami dan dihargai dibandingkan dengan alternatif lain. Untuk itu, diperlukan peran ekonomi kreatif yang lebih inovatif dan kerja sama antara produsen, pemerintah, serta pemangku kepentingan lainnya agar minyak kemiri bisa lebih kompetitif dan dikenal luas di pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini fokus pada bagaimana strategi ekonomi kreatif dalam meningkatkan daya saing produk minyak kemiri, terutama di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Fokus utama penelitian ini adalah strategi pemasaran digital dan inovasi produk yang diterapkan oleh produsen minyak kemiri guna meningkatkan nilai tambah serta daya saing produk mereka. Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi produsen minyak kemiri, penelitian ini mengusulkan beberapa langkah strategis sebagai berikut:

Analisis Pasar

Penelitian ini akan menggali faktor - faktor yang memengaruhi daya saing minyak kemiri melalui studi literatur dan survei terhadap para pelaku usaha. Data yang dikumpulkan mencakup tren permintaan pasar, keunggulan serta kelemahan produk, dan tantangan yang dihadapi dalam pemasaran.

Strategi Pemasaran Digital

Mengingat era digital yang berkembang pesat, penelitian ini akan mengkaji seberapa efektif penggunaan media sosial, platform *e-commerce*, serta kolaborasi dengan *influencer* dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan minyak kemiri. Studi kasus dari beberapa merek yang telah berhasil akan menjadi referensi utama.

Pengembangan Produk dan Inovasi

Agar lebih menarik di mata konsumen, penelitian ini juga akan mengeksplorasi berbagai inovasi, mulai dari desain kemasan, formulasi produk, hingga sertifikasi yang dapat meningkatkan kepercayaan dan daya tarik produk minyak kemiri.

Evaluasi Dampak Ekonomi Kreatif

Untuk memahami sejauh mana efektivitas strategi yang diterapkan, penelitian ini akan menilai dampak ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan bisnis minyak kemiri dan kontribusinya terhadap ekonomi lokal. Evaluasi ini akan dilakukan melalui wawancara dengan pelaku usaha, analisis data penjualan sebelum dan sesudah penerapan strategi, serta studi literatur terkait.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Ekonomi kreatif memainkan peran penting dalam pengembangan strategi bisnis minyak kemiri, terutama dalam meningkatkan daya saing produk di pasar melalui pendekatan analisis SWOT. Dalam buku (I. G. Ayu & Agung, 2018) menyatakan bahwa analisis ini mencakup empat aspek utama yang dihadapi produsen yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran menyeluruh tentang faktor internal dan eksternal yang memengaruhi jalannya bisnis.

Analisis SWOT membantu dalam memahami situasi dengan lebih jelas dengan mengumpulkan informasi yang relevan, lalu mengelompokkannya ke dalam 299angka internal, seperti kekuatan/*299angkah*299 dan kelemahan/*weakness* (SW), serta 299angka eksternal, seperti peluang/*opportunity* dan ancaman/*treath* (OT). Dengan menerapkan analisis SWOT, produsen dapat merancang strategi yang lebih efektif guna meningkatkan daya saing produk mereka di pasar. Selain itu, metode ini juga berperan dalam mengidentifikasi 299angkah – 299angkah strategis yang diperlukan untuk mengoptimalkan potensi yang ada serta mengatasi berbagai tantangan yang mungkin muncul dalam proses pengembangan bisnis.

Strategi SW (Kekuatan dan Kelemahan)

Kekuatan/*strenght*, produsen dapat lebih maksimal dalam memanfaatkan keunggulan yang dimiliki, seperti kualitas bahan baku, inovasi dalam pemasaran, serta keunikan produk berbasis ekonomi kreatif. Dengan demikian akan meningkatkan kualitas bahan baku yang unggul serta metode produksi yang tepat dapat meningkatkan nilai jual minyak kemiri dan menarik minat konsumen. Sementara itu, analisis terhadap kelemahan/*weakness* membantu produsen untuk mengidentifikasi berbagai aspek yang perlu diperbaiki, seperti efisiensi dalam proses produksi, strategi distribusi yang lebih efektif, serta kendala permodalan yang sering kali menjadi hambatan dalam pertumbuhan usaha.

Strategi OT (Peluang dan Ancaman)

Peluang/*opportunity* yang ditemukan melalui analisis SWOT dapat dimanfaatkan untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan daya tarik produk, serta menjalin kemitraan dengan berbagai pihak, seperti distributor, komunitas bisnis, maupun pemerintah. Melakukan kerja sama dengan platform *e-commerce* serta strategi pemasaran digital terbukti dapat meningkatkan volume penjualan bagi produk berbasis ekonomi

kreatif. Di sisi lain, memahami berbagai ancaman yang ada, seperti ketatnya persaingan pasar, perubahan tren konsumen, hingga regulasi yang semakin kompleks, memungkinkan produsen untuk menyusun strategi mitigasi risiko yang lebih matang.

Penerapan analisis SWOT tidak hanya membantu produsen dalam mengidentifikasi faktor - faktor yang berkontribusi terhadap pertumbuhan atau kendala bisnis mereka, tetapi juga berfungsi sebagai alat yang efektif dalam menyusun strategi adaptasi dan inovasi yang berkelanjutan. Lebih jauh, analisis ini menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis yang lebih terarah dan berorientasi pada keberlanjutan agar tetap kompetitif di pasar yang terus berkembang. Melalui pemanfaatan ekonomi kreatif yang optimal, diharapkan industri minyak kemiri dapat berkembang lebih pesat dan memberikan kontribusi yang lebih besar bagi perekonomian, baik di tingkat lokal maupun nasional. Berikut strategi analisis SWOT :

Kekuatan (*Strengths*)

Produk minyak kemiri memiliki beberapa kekuatan, antara lain kandungan nutrisi yang tinggi, seperti asam lemak tak jenuh, vitamin E, dan antioksidan, yang menjadikannya pilihan yang sehat untuk perawatan rambut dan kulit. Selain itu, minyak kemiri telah dikenal luas dalam masyarakat sebagai produk alami yang memiliki banyak manfaat, sehingga memiliki basis konsumen yang loyal. Kualitas produk yang baik dan reputasi yang positif di kalangan konsumen juga menjadi kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing.

Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan yang dihadapi oleh produsen minyak kemiri termasuk kurangnya inovasi dalam pengembangan produk dan kemasan. Banyak produsen masih mengandalkan metode tradisional dan belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Keterbatasan sumber daya, baik finansial maupun tenaga kerja, sering kali menghambat kemampuan produsen kecil untuk berinvestasi dalam inovasi dan pemasaran. Selain itu, kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran modern di kalangan produsen juga menjadi kendala.

Peluang (*Opportunities*)

Peluang yang ada sangat menjanjikan, terutama dengan meningkatnya kesadaran konsumen tentang produk alami dan kesehatan. Pemasaran melalui platform digital dan media sosial memberikan kesempatan bagi produsen untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan menarik perhatian konsumen yang lebih muda. Selain itu, kolaborasi dengan *influencer* dapat meningkatkan visibilitas produk dan menarik minat konsumen baru. Pertumbuhan tren belanja online juga membuka peluang bagi produsen untuk memasarkan produk mereka secara lebih efektif.

Ancaman (*Threats*)

Ancaman yang dihadapi juga signifikan. Persaingan yang ketat di pasar, di mana banyak produsen menawarkan produk serupa tanpa diferensiasi yang jelas, menjadi tantangan utama. Selain itu, rendahnya kesadaran konsumen tentang manfaat minyak kemiri dibandingkan dengan produk alternatif lainnya dapat mengurangi daya tarik produk ini. Fluktuasi harga bahan baku dan perubahan regulasi juga dapat menjadi ancaman bagi keberlangsungan usaha.

Strategi Ekonomi Kreatif untuk Meningkatkan Daya Saing Minyak Kemiri

Berdasarkan analisis SWOT, berikut adalah beberapa strategi berbasis ekonomi kreatif yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing minyak kemiri:

Inovasi Produk dan Branding Berbasis Kreativitas

- a) Mengembangkan varian minyak kemiri dengan tambahan bahan alami lain untuk menjangkau lebih banyak segmen pasar.
- b) Mendesain kemasan yang menarik, ramah lingkungan, dan memiliki identitas visual khas agar lebih berkesan di mata konsumen.
- c) Menggunakan storytelling dalam pemasaran untuk membangun koneksi emosional dengan pelanggan, misalnya dengan menceritakan proses tradisional pembuatan minyak kemiri yang diwariskan secara turun-temurun.
- d) Memanfaatkan desain ilustrasi khas budaya lokal untuk menonjolkan identitas produk dan memperluas pasar ekspor.

Optimalisasi Digital Marketing Kreatif

Digital marketing berbasis kreativitas menjadi kunci utama dalam memperkenalkan dan membangun daya saing minyak kemiri di pasar. Strategi yang dapat diterapkan meliputi:

- a) Pemasaran Berbasis Konten: Membuat video tutorial penggunaan minyak kemiri, berbagi kisah inspiratif di balik produk, serta menampilkan manfaatnya bagi kesehatan dan kecantikan.
- b) Kolaborasi dengan Influencer dan Kreator Konten: Menggandeng influencer di bidang kecantikan dan kesehatan alami untuk memperluas jangkauan pasar.
- c) Penggunaan Teknologi Interaktif: Memanfaatkan augmented reality (AR) agar konsumen bisa mencoba produk secara virtual sebelum membeli.
- d) Strategi SEO dan Iklan Digital: Mengoptimalkan website dengan teknik SEO agar mudah ditemukan di mesin pencari serta menggunakan iklan digital yang tertarget.
- e) Kampanye Media Sosial: Mengadakan *giveaway*, diskon eksklusif, serta program loyalitas pelanggan melalui media sosial untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dan membangun komunitas pelanggan setia.

KESIMPULAN

Ekonomi kreatif memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing minyak kemiri, baik di pasar domestik maupun internasional. Dengan inovasi produk, strategi pemasaran digital yang kreatif, serta kolaborasi dengan industri kreatif lainnya, minyak kemiri dapat menjadi produk yang lebih kompetitif. Dukungan dari pemerintah serta pemanfaatan teknologi digital juga menjadi faktor utama dalam memperluas pasar dan meningkatkan nilai tambah produk. Jika dikelola dengan baik, minyak kemiri memiliki peluang besar untuk bersaing di pasar global. Dari sisi teori, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa inovasi dan pemasaran berbasis digital dapat meningkatkan daya saing produk lokal.

Secara praktis, pelaku usaha dapat memanfaatkan strategi pemasaran digital, menciptakan inovasi dalam produk, serta menjalin kerja sama dengan berbagai pihak untuk memperkuat posisi produk di pasar. Sebagai rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, penting untuk menggali lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pemasaran minyak kemiri di pasar internasional serta mencari strategi yang

paling efektif dalam menghadapi persaingan global.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, I. G., & Agung, A. (2018). *Analisis Swot*.
- Ayu, S. (2021). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Pasar Pangkok Desa Slarang Kesugihan Cilacap. *Skripsi*.
- Destiny Priscillia Tandean, Gearen Wahyudi, Joseline Yap, Rayshella Angelina Djifri, & Rahmi Yulia Ningsih. (2024). Strategi Fadil Jaidi dalam Meningkatkan Visibilitas Produk melalui Endorsement dan Teknik Pemasaran terhadap Followersnya. *JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 3(2), 01–17. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v3i2.1567>
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.
- Ngesti Handayani. (2023). *STRATEGI INOVASI BERKELANJUTAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN DI ERA DIGITAL: STUDI KASUS PADA INDUSTRI MANUFAKTUR*. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Purnomo, A. (2024). Pengembangan Inovasi Kemasan Untuk Meningkatkan Merek Dan Keunggulan Kompetitif Bagi Umkm Klanting Sumber Rezeki Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 3(2), 72–76. <https://doi.org/10.36448/jpu.v3i2.61>