

Analisis Strategi Produksi dan Pemasaran Benih Kelapa Sawit (*Elaeis guineensis* Jacq) pada PT Socfin Indonesia

Zulkifli^{1✉}, Syahbudin Hasibuan², Ihsan Effendi³

(1,2,3) Program Magister Agribisnis, Universitas Medan Area, Medan, Indonesia

Abstrak: Permintaan global minyak nabati terutama sawit menaikkan kebutuhan kecambah kelapa sawit bersertifikat. Studi ini menganalisis faktor internal-eksternal yang mempengaruhi produksi dan pemasaran kecambah PT Socfin Indonesia serta merumuskan strategi daya saing di pasar domestik dan ekspor. Penelitian dilakukan di PT Socfin Indonesia (Medan) dan SSPL Bangun Bandar, Maret-Juli 2026, menggunakan wawancara, observasi, kuesioner, dan data sekunder; analisis SWOT, IFE, dan EFE. Kekuatan utama: reputasi dan pengalaman, varietas DxP unggul, standar mutu dan sertifikasi, manajemen data digital, jejaring internasional. Kelemahan: distribusi tersentral, promosi terbatas, harga premium. Peluang: pasar ekspor, program pemerintah (termasuk PSR), permintaan CPO global. Ancaman: persaingan harga, risiko penurunan mutu, kampanye negatif. Strategi: unggul kualitas, sertifikasi, dan traceability digital, perluas promosi/distribusi digital, serta perkuat kendali mutu dan komunikasi keberlanjutan.

Abstract: Global demand for vegetable oil, especially palm oil has increased the need for certified oil palm germinated seeds. This study analyzes internal and external factors influencing the production and marketing of germinated seeds at PT Socfin Indonesia and formulates competitiveness strategies for domestic and export markets. The research was conducted at PT Socfin Indonesia, March-July 2026, using interviews, field observations, questionnaires, and secondary data; analyses used SWOT, IFE, and EFE. Key strengths: reputation and experience, superior DxP varieties, quality standards and certification, integrated digital data management, and international networks. Weaknesses: centralized distribution, limited promotion, premium pricing. Opportunities: export markets, government programs (including PSR), strong global CPO demand. Threats: intense price competition, risk of quality decline, negative campaigns. Strategies: leverage product quality, certification, and digital traceability; expand digital promotion/distribution; strengthen end-to-end quality control and sustainability communication.

Article history:

Received: 09 June 2026

Revised: 10 June 2026

Accepted: 26 June 2026

Published: 30 June 2026

Kata kunci:

Kecambah Kelapa Sawit, Strategi Produksi, Strategi Pemasaran, Analisa Swot, PT Socfin Indonesia

Keyword:

Oil Palm Germinated Seeds, Production Strategy, Marketing Strategy, Swot Analysis, PT Socfin Indonesia

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](#).



How to cite: Zulkifli, Z., Hasibuan, S., & Effendi, I. (2026). Analisis Strategi Produksi dan Pemasaran Benih Kelapa Sawit (*Elaeis guineensis* Jacq) pada PT Socfin Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 4(2), 699-708. <https://doi.org/10.70716/emis.v4i2.588>

PENDAHULUAN

Kebutuhan minyak nabati di tingkat global terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Selain dimanfaatkan sebagai bahan pangan, minyak nabati juga digunakan sebagai sumber energi terbarukan dalam bentuk biodiesel. Sebagian besar pasokan minyak nabati dunia berasal dari tanaman kelapa sawit (*Elaeis guineensis* Jacq.). Tanaman ini mampu menghasilkan minyak lebih tinggi per hektar dibandingkan komoditas lainnya, sehingga penggunaan lahannya lebih efisien dibandingkan tanaman penghasil minyak yang lain. Seiring meningkatnya permintaan minyak nabati, secara otomatis perluasan perkebunan kelapa sawit di tingkat global juga terus bertambah. Saat ini, selain di negara-negara penghasil utama minyak sawit seperti Indonesia dan Malaysia, berbagai negara di kawasan tropis dan subtropis juga tengah mengembangkan perkebunan sawit secara besar-besaran. Produksi dan luas areal perkebunan kelapa sawit dunia terus mengalami peningkatan. Pada

tahun 2024, total lahan yang dimanfaatkan telah mencapai 29,02 juta hektare di seluruh dunia, dengan konsentrasi utama di Asia Tenggara, Afrika, dan Amerika Selatan.

Ekspansi lahan perkebunan kelapa sawit ini berimplikasi langsung pada meningkatnya kebutuhan dasar berupa kecambah kelapa sawit. Tingginya permintaan kecambah juga didukung oleh program replanting yang masif di Indonesia dan negara-negara produsen minyak sawit lainnya. Pasar kecambah kelapa sawit ditandai oleh kebutuhan yang besar terhadap varietas unggul yang adaptif terhadap iklim dan memiliki produktivitas tinggi.

Kecambah bersertifikat merupakan input utama dalam program perluasan maupun peremajaan kebun sawit, sehingga aspek ketersediaan, mutu, serta mekanisme pemasarannya berpengaruh langsung terhadap produktivitas dan efisiensi rantai pasok industri benih kelapa sawit. Besarnya potensi kebutuhan kecambah, baik untuk pasar domestik maupun ekspor, mendorong produsen kecambah kelapa sawit di Indonesia untuk meningkatkan volume produksi sekaligus memperbaiki kualitas benih yang dihasilkan. Penggunaan bahan tanam kelapa sawit yang unggul menjadi faktor kunci dalam pembukaan perkebunan baru. Benih merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi produktivitas kelapa sawit.

Dari sisi urgensi, program peremajaan kebun sawit di tingkat nasional maupun global menuntut pasokan kecambah yang andal dan bermutu tinggi. Kegagalan menjaga kontinuitas penjualan dan distribusi dapat menimbulkan risiko berupa stok kedaluwarsa, penurunan vigor kecambah, serta meningkatnya biaya logistik. Susanti (2023) melaporkan bahwa rendahnya penggunaan benih unggul di kalangan petani sawit berkontribusi terhadap rendahnya produktivitas.

Persaingan dalam industri perbenihan kelapa sawit semakin ketat seiring bertambahnya produsen benih unggul di Indonesia. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk merumuskan strategi produksi dan pemasaran yang tepat agar mampu mempertahankan sekaligus meningkatkan daya saing. Strategi produksi mencakup kemampuan menjaga mutu produk, efisiensi proses, kapasitas produksi, serta pengendalian kualitas. Di sisi lain, strategi pemasaran berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan melalui pengelolaan produk, harga, saluran distribusi dan promosi yang efektif. Penelitian Safitri, Suharno & Fariyanti (2017) menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran yang diterapkan PT Socfin Indonesia berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, Saraswati (2009) menegaskan bahwa strategi produksi dan pemasaran benih kelapa sawit sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan industri.

PT Socfin Indonesia sebagai salah satu produsen utama kecambah kelapa sawit telah beroperasi sejak tahun 1984 dan hingga kini konsisten memproduksi kecambah kelapa sawit unggul. Produk kecambah DXP Socfin Indonesia dikenal memiliki kualitas baik dan telah dimanfaatkan oleh sejumlah perusahaan perkebunan maupun petani swadaya. Penjualan kecambah yang menunjukkan fluktuasi cukup tajam mengindikasikan adanya berbagai faktor yang memengaruhi kinerja produksi dan pemasaran. Fenomena ini mengarah pada dugaan bahwa faktor internal, seperti harga, mutu fisiologis/viabilitas, layanan purna jual, ketersediaan stok dan kecepatan pengiriman, serta faktor eksternal seperti musim tanam, kebijakan replanting dan dinamika harga CPO memiliki peran penting.

Dalam menghadapi pertumbuhan luas areal perkebunan kelapa sawit dunia, PT Socfin Indonesia tentu melakukan berbagai langkah strategis untuk meningkatkan mutu dan kualitas produksinya, serta memperkuat pemasaran baik di dalam maupun luar negeri, sehingga mampu mempertahankan posisinya sebagai salah satu produsen kecambah kelapa sawit unggul utama di Indonesia bahkan di tingkat global.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan penelitian mengenai strategi produksi dan pemasaran kecambah kelapa sawit pada PT Socfin Indonesia. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut: (1) Strategi apa yang diterapkan PT Socfin Indonesia untuk meningkatkan mutu, kualitas, dan keunggulan material kecambah yang dihasilkan sehingga dipercaya pasar dan dapat dipasarkan baik di dalam negeri maupun ke luar negeri?, (2) Faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang memengaruhi proses produksi dan dapat menjadi kekuatan, peluang, maupun ancaman dalam produksi kecambah kelapa sawit di PT Socfin Indonesia?, (3). Faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang memengaruhi kegiatan pemasaran dan dapat menjadi kekuatan, peluang, maupun ancaman dalam pemasaran kecambah kelapa sawit? dan (4) Strategi apa yang dijalankan PT Socfin Indonesia dalam memasarkan produk kecambahnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap produksi kecambah kelapa sawit, strategi yang dapat digunakan untuk mempertahankan atau meningkatkan produksi kecambah kelapa sawit. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pemasaran kecambah kelapa sawit dan strategi pemasaran kecambah kelapa sawit baik untuk pasar domestik maupun ekspor. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan dasar bukti bagi manajemen perusahaan dalam merumuskan strategi produksi dan pemasaran yang lebih efektif dan efisien, dapat dijadikan rujukan atau masukan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan terkait proses produksi dan pemasaran kecambah kelapa sawit, menjadi bahan bacaan bagi individu, perusahaan, maupun pemerintah yang berkaitan dengan produksi dan pemasaran kecambah kelapa sawit dan memperkaya literatur di bidang produksi dan pemasaran yang mempengaruhi penjualan kecambah kelapa sawit di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di PT Socfin Indonesia yang berlokasi di Medan serta di *Socfindo Seed Production and Laboratories* (SSPL) Bangun Bandar, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Kegiatan penelitian berlangsung pada bulan Maret hingga Mei 2026.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan diskusi langsung dengan narasumber yang kompeten di bidangnya. Wawancara dilakukan secara terstruktur untuk menjaga konsistensi pertanyaan dan keterbandingan jawaban antar responden (Creswell & Creswell, 2018). Kuesioner, yaitu daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis dan diajukan kepada responden yang terdiri atas pekerja, manajemen, serta ahli di dalam perusahaan. Instrumen disusun berdasarkan kajian pustaka sebelumnya dan disesuaikan dengan konteks produksi kecambah kelapa sawit. Pengumpulan data sekunder yang diperoleh dari rekap penjualan kecambah (volume, profil pelanggan, saluran distribusi), data persediaan, lead time pengiriman, klaim garansi, jadwal produksi. Selain itu digunakan pula sumber pustaka dan penelusuran internet berupa buku, jurnal, majalah, artikel, laporan perusahaan, data statistik, kebijakan dan regulasi pemerintah, serta peraturan hukum yang relevan. Pemanfaatan data sekunder dimaksudkan untuk meningkatkan validitas informasi dengan menggabungkan dokumen operasional internal dan data eksternal terkait industri (Saunders et al., 2019).

Analisis data untuk menyusun strategi produksi dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT, yaitu mengkaji pelaksanaan strategi melalui identifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal guna mengetahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam proses produksi dan strategi pemasaran kecambah kelapa sawit PT

Socfin Indonesia. Matriks IFE dan EFE dimanfaatkan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Socfin Indonesia pada awalnya bernama Socfin SA (*La Société Financière des Caoutchoucs*) dan mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 1909. Pada tahun 1911, penanaman kelapa sawit pertama dilakukan di Sungai Liput, Aceh, yang menjadi cikal bakal perkebunan kelapa sawit pertama di Indonesia. Sementara itu, penanaman karet perdana dilakukan di Tanah Besih pada tahun 1923.

Pada tahun 1965, sejumlah perkebunan besar di Indonesia dinasionalisasi. Kemudian pada 1968 dibentuk perusahaan patungan antara Perkebunan Sumatera Utara (PNS) (60%) dan Pemerintah Indonesia (40%) dengan nama PT Socfindo (PT Socfin Indonesia). Pada tahun 1984, pemerintah menetapkan PT Socfin Indonesia sebagai produsen resmi benih kelapa sawit. Tahun 2001, pemerintah melepas sebagian besar sahamnya kepada PNS. Sejak itu PT Socfin Indonesia dikenal sebagai salah satu model pengelolaan korporasi agroindustri kelapa sawit di Indonesia, khususnya di Sumatera Utara dan Aceh.

PT Socfin Indonesia merupakan perusahaan perkebunan yang bergerak di bidang budidaya kelapa sawit dan produksi benih unggul. Varietas kecambah yang saat ini dimiliki PT Socfin Indonesia adalah:

1. DXP Socfindo Lame – SK Mentan No. 441/KPTS/LB.320/7/2004
2. DXP Socfindo Yangambi – SK Mentan No. 440/KPTS/LB.320/7/2004
3. DXP Socfindo MT Gano – SK Mentan No. 4.569/Kpts/SR.120/8/2013
4. DXP Socfindo SM – SK Mentan No. 4.569/Kpts/SR.120/8/2013

PT. Socfin Indonesia memiliki dua lokasi kebun induk, yaitu BBSP (*Bangun Bandar Seed Production*) di Kebun Bangun Bandar, Desa Martebing, Kec. Dolok Masihul, Kab. Serdang Bedagai dan ALSP (*Aek Loba Seed Production*) di Kebun Aek Loba, Desa Aek Loba, Kec. Aek Kuasan, Kab. Asahan. Dan memiliki fasilitas pendukung produksi kecambah berupa 2 unit laboratorium buah kawinan untuk memproses tandan buah menjadi benih, 3 unit gudang penyimpanan benih kering (*dried seed*), 1 unit laboratorium germinasi untuk menjalankan proses perkecambahan hingga menjadi kecambah siap jual dan 1 unit kantor pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Socfin Indonesia menerapkan sejumlah strategi utama dalam produksi kecambah kelapa sawit, yaitu:

Strategi Produksi Berbasis Kualitas

PT Socfin Indonesia menitikberatkan strategi produksi pada pengendalian mutu yang ketat di seluruh rantai proses mulai dari seleksi pohon induk, persilangan, perkecambahan, seleksi kecambah, sertifikasi, hingga distribusi ke konsumen. Pemilihan induk dura dan pisifera dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan produktivitas, rendemen minyak, vigor pertumbuhan, serta ketahanan terhadap penyakit, khususnya busuk pangkal batang akibat jamur *Ganoderma*. Pohon induk yang unggul menjadi kunci dalam menjamin kualitas genetik kecambah. Saraswati (2009) menegaskan bahwa mutu bahan tanaman sangat menentukan produktivitas kelapa sawit di lapangan, sehingga pengelolaan induk unggul merupakan bagian pokok dari strategi produksi.

Penerapan standar mutu juga didukung oleh regulasi nasional terkait sertifikasi, ketertelusuran (*traceability*), dan pengawasan peredaran benih sebagai syarat benih komersial yang bermutu (Direktorat Jenderal Perkebunan, Kementerian Pertanian RI, 2015). Namun, studi lapangan menunjukkan bahwa meskipun standar telah diadopsi, konsistensi implementasi di tingkat operasional masih bervariasi sehingga perlu penguatan SOP, pelatihan SDM, dan monitoring berkala (Jody, Sayekti, & Nurjanah, 2023).

Strategi Inovasi dan Pengembangan Varietas Unggul

PT Socfin Indonesia secara berkelanjutan melakukan kegiatan penelitian dan pengembangan untuk menghasilkan varietas benih unggul. Sejak ditetapkan sebagai produsen benih resmi pada 1984, varietas DxP Socfindo LaMe dan DxP Socfindo Yangambi menjadi bagian dari portofolio utama perusahaan. Pada tahun 2013 PT. Socfin Indonesia melepas varietas DxP Socfindo MT Gano yang memiliki toleransi moderat terhadap penyakit busuk pangkal batang akibat *Ganoderma boninense*, dan digunakan sebagai salah satu komponen strategi peremajaan di lahan dengan tekanan *Ganoderma* tinggi.

Kemudian diperkenalkan varietas DxP Socfindo SM yang bercirikan dominasi pembungaan jantan. Varietas ini dilepas resmi pada 2025 dan dirancang untuk melengkapi pola tanam yang mengombinasikan varietas berbunga betina tinggi guna meningkatkan ketersediaan polen dan mengurangi risiko penurunan penyerbukan serta peningkatan buah partenokarpi akibat kekurangan bunga jantan dan berkurangnya populasi kumbang penyerbuk. Varietas ini diposisikan sebagai solusi varietal untuk masalah ketersediaan polen di lapangan.

Strategi Produksi untuk Menjaga Kemurnian Genetik DxP

Pada tahap persilangan, PT. Socfin Indonesia menerapkan sistem pengawasan yang ketat untuk memastikan kemurnian genetik benih DxP. Pengendalian dimulai dari seleksi pohon induk, verifikasi keaslian induk melalui uji DNA, persiapan bunga betina penyerbukan terkendali, hingga pemanenan benih. International Seed Testing Association (2018) menekankan bahwa kualitas benih harus memenuhi standar internasional melalui uji daya kecambah dan kemurnian varietas. Faizah, R., Wening, S., & Purba, A. R. (2017) menjelaskan bahwa penggunaan penanda molekuler (SSR/SNP) efektif untuk mendeteksi progeni tidak sah dan menjamin kemurnian genetik benih DxP dalam skala komersial. Kombinasi penyerbukan terkendali, verifikasi DNA, dan sistem *quality assurance* (SOP dokumentasi, pengujian, dan penanganan benih) terbukti mendukung kestabilan nilai genetik kecambah dan pemenuhan standar mutu perusahaan (Kamaruddin, Rahman, & Zakaria, 2019).

Strategi Produksi Berbasis Teknologi Informasi

PT Socfin Indonesia telah menerapkan digitalisasi terintegrasi dalam proses produksi kecambah dengan membangun sistem data base berbasis web yang mengintegrasikan seluruh data pemuliaan, identitas pohon induk, hasil uji legitimasi genetik, catatan persilangan data hasil panen benih, proses produksi benih, penyimpanan benih, perkecambahan, seleksi kecambah, pengemasan sampai dsitribusi kecambah ke pelanggan. Perusahaan juga menggunakan aplikasi *mobile (Android app)* dengan pemindaian *barcode* pada semua pencatatan data mulai dari pohon induk sampai pengiriman kecambah. Syahputra *et al.* (2017) menyebutkan bahwa di PT Socfin Indonesia, sistem *barcode* digunakan di setiap tahapan mulai dari pohon induk hingga kemasan akhir sebagai instrumen utama *traceability* dan pengendalian mutu. Laudon dan Laudon (2018) menyebutkan bahwa sistem basis

data terintegrasi meningkatkan kualitas informasi melalui ketepatan, konsistensi, dan integrasi data. Data lapangan tersinkron secara real time ke server, sehingga mengurangi kesalahan pencatatan, mempercepat verifikasi identitas material genetik, dan memperkuat *quality assurance* (Ooi *et al.*, 2019).

Strategi Produksi dengan Prosedur dan Manajemen Mutu Terstandar

PT Socfin Indonesia telah menerapkan sistem manajemen mutu, lingkungan, dan K3 yang terstandar dengan sertifikasi ISO 9001:2015, ISO 14001:2015, dan ISO 45001:2018. Tahap perkecambahan dilakukan menggunakan teknologi perkecambahan terstandarisasi dengan pengaturan suhu dan kelembaban tertentu sehingga tingkat keberhasilan perkecambahan dapat dipertahankan secara optimal. Collete & Ooi (2021) yang menunjukkan bahwa pengendalian suhu dan kelembaban secara tepat dapat meningkatkan keberhasilan perkecambahan benih. Untuk mendukung konsistensi dan ketertelusuran dalam produksi kecambah, tahap perkecambahan dilaksanakan di fasilitas terkontrol dengan prosedur pengaturan suhu dan kelembaban serta SOP penanganan praktik yang didukung penelitian dan pedoman teknis yang menunjukkan bahwa kontrol lingkungan mikro perkecambahan secara signifikan meningkatkan tingkat keberhasilan perkecambahan dan kualitas bibit (Direktorat Jenderal Perkebunan, Kementerian Pertanian RI, 2015).

Seleksi kecambah dilakukan sebelum distribusi sebagai langkah akhir jaminan mutu, seleksi ini meliputi pengecekan fisik, uji vigor/perkecambahan, ukuran tunas dan akar kecambah sehingga hanya kecambah yang memenuhi standar yang dikirim ke konsumen (Direktorat Jenderal Perkebunan, Kementerian Pertanian RI, 2015). Pengendalian mutu diterapkan menyeluruh sepanjang rantai produksi dari pemilihan induk, produksi, pengecekan laboratorium, pengemasan yang terstandarisasi, hingga pengawasan distribusi sesuai prinsip *quality assurance* untuk memastikan konsistensi produk (Kamaruddin, Rahman, & Zakaria, 2019). Praktik seleksi dan pengawasan mutu end-to-end bukan hanya meningkatkan kualitas teknis kecambah tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan sebagai penyedia bibit unggul melalui jaminan ketertelusuran dan konsistensi pengiriman (Matzembacher et al , 2018). Menurut Heizer dan Render (2017), kualitas produk merupakan faktor utama dalam strategi produksi karena kualitas akan memengaruhi kepuasan pelanggan dan daya saing perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan kondisi PT Socfin Indonesia yang menjadikan kualitas produk sebagai keunggulan kompetitif utama dalam menghadapi persaingan industri benih kelapa sawit.

Strategi Manajemen Rantai Pasok

PT Socfin Indonesia mengelola sumber daya genetik varietas unggul untuk mendukung pembangunan kebun induk sebagai pemasok bahan baku tandan buah. Manajemen rantai pasok dilakukan mulai dari perencanaan kebutuhan pohon induk, pengaturan produksi tandan di kebun induk, penentuan volume bahan baku yang diproses menjadi kecambah, hingga penyesuaian pengeluaran produksi dengan dinamika permintaan pasar kecambah. Manajemen rantai pasok menjadi elemen penting dalam menjamin ketersediaan benih tepat waktu dan dalam kondisi optimal. Porter (1985) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif banyak ditentukan oleh efisiensi dan koordinasi dalam rantai nilai perusahaan.

Strategi Pemasaran

Pemasaran kecambah PT Socfin Indonesia meliputi pasar domestik dan ekspor. Strategi pemasaran PT Socfin Indonesia menggunakan bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) untuk meningkatkan penjualan, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan memperluas pangsa pasar (Kotler & Keller, 2016). Penelitian Safitri, S. A., Suharno, & Fariyanti, A (2017) menunjukkan bahwa kualitas produk dan reputasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sertifikasi mutu kecambah juga berfungsi sebagai alat promosi yang membedakan produk resmi dari benih ilegal (PPKS, 2015).

Tabel 1. Distribusi Penyaluran Kecambah Kelapa Sawit PT Socfindo 2011–2024

Tahun	Lokal (x1000 butir)	Ekspor (x1000 butir)	Total (x1000 butir)
2011	36.492	1.132	37.624
2012	44.863	4.23	49.093
2013	28.414	2.948	31.362
2014	30.625	2.219	32.844
2015	20.561	1.863	22.424
2016	14.844	1.416	16.260
2017	13.038	0.861	13.899
2018	13.867	0.665	14.532
2019	5.794	0.814	6.608
2020	7.728	0.153	7.881
2021	7.13	2.68	9.810
2022	6.363	6.231	12.594
2023	6.825	2.365	9.190
2024	7.108	2.146	9.254

Tabel 2. Distribusi Kecambah PT Socfindo berdasarkan jenis pelanggan

Jenis Pelanggan	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Perusahaan	83,6%	92,7%	62,1%	43,7%	65,5%	67,1%
Ekspor	12,3%	1,9%	27,3%	49,4%	25,7%	23,2%
Petani Swadaya	4,1%	5,4%	10,5%	6,8%	8,7%	9,4%
Koperasi/ Gapoktan	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,3%

Sebagian besar pembeli kecambah PT Socfindo adalah perusahaan perkebunan dalam negeri, diikuti perusahaan luar negeri dan petani swadaya. Pasar ekspor meningkat tajam sejak 2022, sedangkan pembelian oleh petani swadaya dan koperasi mulai tumbuh sejak 2021. Hal ini mencerminkan peluang pasar yang masih luas terutama untuk pasar ekspor bisa jadi alternatif meningkatkan pemasaran ditengah ketatnya persaingan penjualan kecambah kelapa sawit kepada perusahaan perkebunan dalam negeri. Kushairi et al. (2019) menyatakan bahwa kondisi ekonomi sektor sawit dan kemajuan R&D sangat memengaruhi kinerja pasar dan peluang ekspor benih.

Dari sisi harga, PT Socfindo menerapkan strategi harga premium yang disesuaikan dengan volume pembelian (harga progresif), baik untuk transaksi reguler maupun berbasis kontrak. Harga yang relatif lebih tinggi dapat diterima konsumen karena dipandang sebanding dengan mutu dan

produktivitas jangka panjang. Kotler & Keller (2016) menegaskan bahwa penetapan harga premium dapat dilakukan jika produk menawarkan nilai unggul (kualitas, kinerja, dan risiko yang lebih rendah). Produsen benih juga dapat memperkuat daya saing dengan menambahkan layanan teknis dan pendampingan budidaya (Yuliana, 2021).

Pada aspek distribusi, kecambah disalurkan langsung ke perusahaan perkebunan dan petani swadaya dengan penanganan khusus karena sifatnya sebagai bahan hidup yang sensitif terhadap suhu, kelembapan, dan keterlambatan.

Promosi kecambah PT Socfin Indonesia dilakukan dengan beberapa metode seperti mengikuti pameran pertanian, kegiatan hubungan pelanggan, media promosi, *customer gathering*, mengikuti seminar seminar kelapa sawit, menerbitkan publikasi ilmiah terkait sawit dan berbagai bentuk komunikasi pemasaran. Fokus utama adalah penguatan citra sebagai produsen benih unggul dan peningkatan loyalitas pelanggan. Strategi yang diambil lebih menekankan diferensiasi kualitas daripada perang harga, sejalan dengan konsep keunggulan bersaing berbasis diferensiasi menurut Porter (1990). Promosi melalui media digital sudah dilakukan melalui website. Menurut Ismail H. (2023) penerapan strategi pemasaran digital memberikan pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan bisnis di era digital. Media sosial, konten digital, email marketing, dan iklan berbayar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan bisnis.

Berdasarkan wawancara, observasi, dan studi dokumen di PT Socfin Indonesia, diidentifikasi faktor internal dan eksternal yang kemudian disusun dalam matriks SWOT sebagai dasar perumusan strategi. Secara internal, kekuatan utama PT Socfin Indonesia terletak pada nama besar dan pengalaman, portofolio varietas unggul, ketersediaan produk, pengendalian mutu yang ketat, dukungan sistem digital dan jaringan internasional. Hal ini menjadi modal penting untuk menjaga konsistensi kualitas dan memperluas pasar, termasuk ekspor. Namun demikian, kelemahan berupa distribusi yang masih terpusat, promosi yang belum optimal terutama di ranah digital, serta harga yang relatif tinggi perlu dikelola agar tidak menghambat penetrasi ke segmen konsumen yang sensitif terhadap harga, terutama petani kecil dan pembeli yang belum memahami perbedaan mutu. Dari sisi eksternal, peluang pasar sangat menjanjikan, baik melalui program pemerintah seperti pembukaan dan peremajaan lahan, PSR maupun melalui permintaan CPO global yang mendorong peningkatan produktivitas kebun. Sebaliknya, ancaman berupa persaingan harga, potensi penurunan kualitas jika ekspansi tidak diimbangi pengawasan, dan kampanye negatif terhadap sawit menuntut penguatan strategi kualitas, komunikasi, dan distribusi.

Berdasarkan kombinasi faktor tersebut, strategi yang dirumuskan berfokus pada pemanfaatan kekuatan internal untuk menangkap peluang (SO) yaitu dengan mengoptimalkan kualitas dan keunggulan produk, nama besar, jaringan internasional untuk masuk dan memperluas pasar internasional dengan menonjolkan keunggulan produktivitas dan legalitas benih, memanfaatkan ketersediaan produk dan pengalaman panjang untuk pemasok utama pasar lokal, petani, program sawit rakyat program pembukaan atau peremajaan lahan baru oleh pemerintah, menggunakan sistem quality control yang kuat dan digitalisasi data yang tertelusur untuk meyakinkan konsumen tentang kemurnian genetik varietas Socfindo

Perbaiki kelemahan untuk mengoptimalkan peluang (WO) dengan memperluas promosi digital (website multi bahasa, media sosial, webinar teknis) untuk menjangkau pasar internasional dan daerah baru, menawarkan paket nilai tambah (pelatihan, pendampingan teknis) untuk mengimbangi

harga yang lebih tinggi, sehingga tetap kompetitif. mengembangkan saluran distribusi tambahan (kemitraan atau distributor regional).

Penggunaan kekuatan untuk meredam ancaman (ST) dengan memperkuat sertifikasi, quality control, dan reputasi nama besar sebagai senjata utama menghadapi persaingan promosi perusahaan lain dan benih berharga murah, menggunakan digitalisasi untuk transparansi mutu (ketertelusuran, informasi asal-usul benih, data uji mutu) guna mencegah dan mengelola risiko penurunan kualitas serta meningkatkan kepercayaan pelanggan, menyusun materi komunikasi yang menonjolkan efisiensi lahan dan produktivitas varietas unggul sebagai argumen terhadap kampanye negatif sawit, dengan menekankan bahwa benih unggul mengurangi kebutuhan perluasan lahan.

Pengurangan kelemahan agar tidak diperburuk oleh ancaman (WT) dengan mengurangi ketergantungan pada distribusi tunggal dengan membangun pola distribusi yang lebih fleksibel dan efisien, sehingga mampu bersaing di tengah persaingan promosi dan tekanan harga, meningkatkan promosi yang terarah dan edukatif untuk menjelaskan alasan harga lebih tinggi, mutu lebih terjamin, sertifikasi, dan kontribusi terhadap praktik budidaya yang lebih berkelanjutan (merespons kampanye negatif sawit), menetapkan standar layanan purna jual monitoring pelanggan, respon keluhan cepat pelanggan dan audit mutu berkala untuk mencegah penurunan kualitas produk di lapangan.

Pendekatan ini diharapkan dapat menjaga dan meningkatkan posisi PT Socfin Indonesia sebagai salah satu produsen utama kecambah kelapa sawit unggul di tingkat nasional maupun global.

KESIMPULAN

PT Socfin Indonesia memiliki posisi kompetitif yang kuat berkat reputasi perusahaan, pengalaman panjang, varietas kecambah unggul, quality control yang ketat, dan dukungan digital serta jaringan internasional. Namun kelemahan seperti saluran distribusi tunggal, promosi yang belum maksimal, dan harga relatif tinggi berisiko membatasi pertumbuhan terutama di segmen petani kecil. Peluang signifikan tersedia dari pasar ekspor, program pembukaan lahan, peremajaan, dan permintaan CPO global yang meningkat. Ancaman utama meliputi persaingan harga/promosi yang agresif dari pesaing, risiko penurunan mutu jika volume naik tanpa pengendalian, serta kampanye negatif terkait isu lingkungan.

Strategi yang bisa digunakan dalam mempertahankan atau meningkatkan produksi kecambah kelapa sawit dan pemasaran kecambah kelapa sawit baik lokal maupun ekspor adalah memaksimalkan kekuatan *brand*, kualitas, sertifikasi dan digitalisasi, jaringan internasional untuk meningkatkan pasar, memperkuat distribusi, meningkatkan promosi digital, dan menjaga pengendalian mutu serta pendekatan komunikasi keberlanjutan untuk mengantisipasi ancaman isu lingkungan kelapa sawit.

DAFTAR PUSTAKA

- Collette, J. C., & Ooi, M. K. J. (2021). Distribution of seed dormancy classes across a fire-prone continent: Effects of rainfall seasonality and temperature. *Annals of Botany*, 127(5), 613–620.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. SAGE Publications.

- Direktorat Jenderal Perkebunan, Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2015). *Pedoman Produksi, Sertifikasi, Peredaran dan Pengawasan Benih Tanaman Kelapa Sawit*. Repository Kementerian Pertanian.
- Faizah, R., Wening, S., & Purba, A. R. (2017). Legitimacy of progenies using SSR markers as controlling system and earlier selection in the oil palm nursery. *Jurnal Penelitian Kelapa Sawit*, 25(1), 21–30.
- Heizer, J., & Render, B. (2017). *Operations management (12th ed.)*. Pearson.
- International Seed Testing Association. (2018). *International rules for seed testing*. ISTA.
- Ismail H. (2023). Strategi Pemasaran Digital Pengaruhnya terhadap Pertumbuhan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 1-6.
- Jody, N. K., Sayekti, A. A. S., & Nurjanah, D. (2023). Manajemen mutu pembibitan kelapa sawit di PT Wahana Plantation and Product Lalang Estate, Kabupaten Sintang, Kalimantan Barat. *Jurnal Online Mahasiswa Instiper*, 1(3), 1717–1723.
- Kamaruddin, M. S., Rahman, M. M., & Zakaria, N. (2019). Quality assurance in oil palm seed production: Standards and procedures. *Journal of Plantation Crops*, 47(1), 1–12.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson.
- Kushairi, A., Ong-Abdullah, M., Nambiappan, B., Hishamuddin, E., Mohd Noor, I. Z., Ghazali, R., Subramaniam, V., Sundram, S., & Ahmad Parveez, G. K. (2019). Oil palm economic performance in Malaysia and R&D progress in 2018. *Journal of Oil Palm Research*, 31(2), 165–194.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2018). *Management information systems: Managing the digital firm (15th ed.)*. Pearson.
- Matzembacher, D. E., Stangherlin, I., Slongo, L. A., & Cataldi, R. (2018). An integration of traceability elements and their impact in consumer's trust. *Food Control*, 92, 420–429.
- Ooi, L. C., Low, E. T. L., Singh, R., et al. (2019). SureSawit TRUE-TO-TYPE: A high-throughput SNP panel for DNA fingerprinting, purity testing and origin verification in oil palm. *Journal of Oil Palm Research*, 31(4), 561–571.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.
- PT Socfin Indonesia (Socfindo). (2024). *Laporan distribusi kecambah*. PT Socfin Indonesia.
- Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS). (2015). *Pedoman produksi dan pemasaran bibit kelapa sawit bermutu. PPKS*.
- Safitri, S. A., Suharno, & Fariyanti, A. (2017). Bauran pemasaran, kepuasan, dan loyalitas pelanggan benih kelapa sawit PT Socfin Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 21(1), 71–89.
- Saraswati, P. U., & Surahman, M. (2009). *Produksi dan pemasaran bahan tanaman kelapa sawit (Elaeis guineensis Jacq.) di Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) Marihat, Sumatera Utara. Makalah seminar, Departemen Agronomi dan Hortikultura, Institut Pertanian Bogor*.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students (8th ed.)*. Pearson Education.
- Susanti, R. (2023). Pengaruh mutu benih terhadap produktivitas perkebunan kelapa sawit. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 15(2), 120–135.
- Syahputra, I., Afandi, D., Passa, C. A., & Turnbull, N. (2017). *Utilisation of barcode system on seed production in Socfindo [Proceedings paper]. AGRIS*.
- Yuliana, D. (2021). Strategi penetapan harga dan layanan purna jual pada pemasaran bibit kelapa sawit. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 19(3), 145–158.