

**Editor:** Dr. Evi Syafrida Nasution, S.Psi., M.Psi., Psikolog.

litrus.

# Hilirisasi Hasil Bumi *Desa Wisata*

Menuju UMKM Mandiri

DESA WISATA MARGALUYU  
Kabupaten Bandung - Jawa Barat

Dr. Widya Nengsih, S.T., M.Si. | Bayu Kusumo, S.T., M.T. | Diah Pramestari, S.T., M.T.  
Dian Gustina, S.Kom., MMSI. | Ir. Jhonny ZA, M.M., M.Si. | Edi Wahyu Wibowo, S.Sos., M.M.  
Drs. Nobelson, M.M., CPM. | Sri Setiawati, S.Pd., M.M. | Santi Octavia, S.E., M.Si.  
Dr. Hj. Amanda Lestari Putri Lubis, S.H., M.Kn. | Rina Apriliani, S.E., M.M.  
Rahayu Tri Utami, M.Si. | Ria Estiana, S.Pt., M.M. | Dr. Ir. Maya Syafriana Effendi, M.M.

# Hilirisasi Hasil Bumi *Desa Wisata*

Menuju UMKM Mandiri

Dr. Widya Nengsih, S.T., M.Si. | Bayu Kusumo, S.T., M.T. | Diah Pramestari, S.T., M.T.  
Dian Gustina, S.Kom., MMSI. | Ir. Jhonny ZA, M.M., M.Si. | Edi Wahyu Wibowo, S.Sos., M.M.  
Drs. Nobelson, M.M., CPM. | Sri Setiawati, S.Pd., M.M. | Santi Octavia, S.E., M.Si.  
Dr. Hj. Amanda Lestari Putri Lubis, S.H., M.Kn. | Rina Apriliani, S.E., M.M.  
Rahayu Tri Utami, M.Si. | Ria Estiana, S.Pt., M.M. | Dr. Ir. Maya Syafriana Effendi, M.M.

**Editor:** *Dr. Evi Syafrida Nasution, S.Psi., M.Psi., Psikolog.*

---

**HILIRISASI HASIL BUMI DESA WISATA  
MENUJU UMKM MANDIRI**

---

Ditulis oleh :

**Dr. Widya Nengsih, S.T., M.Si.**  
**Bayu Kusumo, S.T., M.T.**  
**Diah Pramestari, S.T., M.T.**  
**Dian Gustina, S.Kom., MMSI.**  
**Ir. Jhonny ZA, M.M., M.Si.**  
**Edi Wahyu Wibowo, S.Sos., M.M.**  
**Drs. Nobelson, M.M., CPM.**  
**Sri Setiawati, S.Pd., M.M.**  
**Santi Octavia, S.E., M.Si.**  
**Dr. Hj. Amanda Lestari Putri Lubis, S.H., M.Kn.**  
**Rina Apriliani, S.E., M.M.**  
**Rahayu Tri Utami, M.Si.**  
**Ria Estiana, S.Pt., M.M.**  
**Dr. Ir. Maya Syafriana Effendi, M.M.**

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh  
**PT. Literasi Nusantara Abadi Grup**  
Perumahan Puncak Joyo Agung Residence Kav. B11 Merjosari  
Kecamatan Lowokwaru Kota Malang 65144  
Telp : +6285887254603, +6285841411519  
Email: literasinusantaraofficial@gmail.com  
Web: www.penerbitlitnus.co.id  
Anggota IKAPI No. 340/JTI/2022



---

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip  
atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku  
dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

---

Cetakan I, Mei 2024

Editor: Dr. Evi Syafrida Nasution, S.Psi., M.Psi., Psikolog.  
Perancang sampul: Noufal Fahriza  
Penata letak: Noufal Fahriza

**ISBN : 978-623-114-957-2**  
viii + 98 hlm. ; 15,5x23 cm.

©Mei 2024



# KATA PENGANTAR

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena rahmat dan karunianya-Nya kami dapat menyelesaikan buku *Book Chapter* Hilirisasi Hasil Bumi Desa Wisata Margaluyu Menuju UMKM Mandiri. Buku ini merupakan buku kolaborasi yang dituliskan oleh beberapa dosen yang bergabung dalam kegiatan PKM Kolaborasi di Desa Wisata Margaluyu tahun 2024. Semoga hasil PKM ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu dan teknologi dalam pengembangan Desa Wisata di Desa Wisata Margaluyu, Pengalengan, Kabupaten Bandung.

Banyak pihak yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini. Oleh karena itu, kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh dosen, Kepala Desa Margaluyu, Pokdarwis Desa Wisata Margaluyu, dan masyarakat Desa Margaluyu yang telah terlibat aktif dan membantu dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini.

Kami menyadari atas ketidaksempurnaan penulisan *book chapter* ini. Namun, kami berharap *book chapter* ini memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan. Demi perbaikan, kami juga mengharapkan adanya masukan berupa kritik atau saran yang konstruktif. Atas perhatian, bantuan, dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Jakarta, 29 Mei 2024  
Ketua PKM Kolaborasi

**Dr. Sularso Budilaksono, M.Kom.**





# DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v

## BAB 1

### PENDAHULUAN ..... 1

*Dr. Widya Nengsih, S.T., M.Si. & Bayu Kusumo, S.T., M.T.*

Latar Belakang Desa Margaluyu sebagai Desa Wisata.....	1
Perumusan Masalah.....	8
Tujuan Penulisan .....	9
Manfaat Penulisan .....	10
Daftar Pustaka.....	11
Biografi.....	12

## BAB 2

### ANALISIS POTENSI DAN MASALAH HILIRISASI HASIL BUMI DI DESA MARGALUYU ..... 15

*Diah Pramestari, S.T., M.T. - Dian Gustina, S.Kom., MMSI.*

*Ir. Jhonny ZA, M.M., M.Si. - Edi Wahyu Wibowo, S.Sos., M.M.*

Potensi Hasil Bumi Desa Margaluyu.....	15
Pengenalan Desa Margaluyu .....	16
Hasil Bumi Desa Margaluyu.....	19
Masalah Hilirisasi Hasil Bumi Desa Margaluyu.....	25
Daftar Pustaka.....	41
Biografi.....	44

## BAB 3

### PERAN DAN PENGEMBANGAN PROGRAM HILIRISASI PERTANIAN DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI PEDESAAN..... 47

*Drs. Nobelson, M.M., CPM.*

Pendahuluan .....	47
Dinamika dan Permasalahan Pengembangan Program Hilirisasi Pertanian di Pedesaan.....	49
Kendala dalam Pembangunan Ekonomi Pedesaan.....	51
Penguatan Potensi Desa melalui Hilirisasi Sektor Pertanian....	53
Kesimpulan.....	56
Daftar Pustaka.....	56
Biografi.....	58

## BAB 4

### PEMASARAN PRODUK UMKM HASIL HILIRISASI.... 59

*Sri Setiawati, S.Pd., M.M. - Santi Octavia, S.E. M.Si.*

*Dr. Hj. Amanda Lestari Putri Lubis, S.H., M.Kn. - Rina Apriliani, S.E., M.M.*

Pemasaran <i>Online</i> dan <i>Offline</i> .....	59
Konsep Marketing 4.0 Bagi UMKM di Era Digitalisasi .....	63
Niche Market.....	64
Pentingnya Mengenal Niche Market bagi UMKM .....	66
Keuntungan UMKM Memiliki Bisnis Online Niche Market ...	67
Daftar Pustaka.....	70
Biografi.....	71

## **BAB 5**

### **TANTANGAN DAN HAMBATAN DALAM HILIRISASI HASIL BUMI..... 75**

*Rahayu Tri Utami, M.Si. & Ria Estiana, S.Pt., M.M.*

Tantangan Pasar.....	77
Tantangan Teknologi .....	79
Tantangan Regulasi .....	82
Daftar Pustaka.....	83
Biografi.....	84

## **BAB 6**

### **PENGEMBANGAN PRODUK UMKM BERBASIS HASIL BUMI ..... 87**

*Dr. Ir. Maya Syafriana Effendi, M.M.*

Diversifikasi Produk.....	89
Pengemasan dan Branding .....	91
Pengembangan Jaringan Pemasaran .....	93
Daftar Pustaka.....	96







# BAB 1

## PENDAHULUAN

Dr. Widya Nengsih, S.T., M.Si.  
Bayu Kusumo, S.T., M.T.

Desa Margaluyu memiliki sejarah panjang, yang tercatat dari cerita orang tua dan dari mulut ke mulut. Negara Indonesia, sebagai negara agraris, memiliki mayoritas penduduk yang bermata pencaharian bercocok tanam, seperti penduduk Desa Margaluyu. Desa ini merupakan wujud dari sejarah yang panjang, yang menjadi mata rantai yang tidak terputus putus dari sejarah berdirinya bangsa Indonesia. Desa Margaluyu memiliki potensi untuk mengembangkan UMKM mandiri, terutama dalam bidang pertanian, perkebunan, dan perikanan. Dengan perkembangan ekonomi yang kuat, Kabupaten Sukabumi terus berusaha memperbaiki fasilitas, infrastruktur, dan sumber daya.

### Latar Belakang Desa Margaluyu sebagai Desa Wisata

Desa wisata merupakan konsep yang mengacu pada komunitas atau masyarakat yang terdiri dari penduduk suatu wilayah terbatas yang bisa saling bertanggung jawab satu sama lain dalam mengembangkan

dan menjaga kelestarian sektor pariwisata di desa tersebut. Desa wisata memiliki keindahan alam, kuliner, seni dan budaya, upacara-upacara adat, nilai luhur dan sejarah yang terkandung dalam suatu objek hasil karya pada masa lalu. Menurut Nuryanti (dalam Yuliati & Suwandono, 2016), desa wisata merupakan wujud kombinasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang dikemas dalam satu kesatuan, yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Pengertian desa wisata terdiri dari beberapa aspek, seperti:

1. Atraksi: Desa wisata memiliki daya tarik yang tinggi berupa keindahan alam, kuliner, seni dan budaya, upacara-upacara adat, nilai luhur dan sejarah yang terkandung dalam suatu objek hasil karya pada masa lalu.
2. Akomodasi: Desa wisata memiliki fasilitas akomodasi yang memadai, seperti *homestay*, hotel, dan lain-lain.
3. Fasilitas pendukung: Desa wisata memiliki fasilitas pendukung yang dikemas dalam suatu pola kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku, sehingga menjadikan desa tersebut sebagai tujuan wisata.
4. Ekonomi: Desa wisata merupakan aktivitas keseluruhan yang terdiri dari atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku.
5. Pengembangan: Desa wisata merupakan bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku.

Latar belakang pengembangan UMKM dan hasil bumi di Desa Wisata Margaluyu dapat dilihat dari sejarah dan potensi alam serta budaya yang dimiliki oleh desa tersebut. Desa Margaluyu memiliki sejarah panjang yang terkait dengan pengaruh Belanda dan pembukaan perkebunan di daerah tersebut, yang kemudian

berkembang menjadi Desa Wisata Margaluyu dengan potensi yang signifikan.

Desa wisata Margaluyu adalah desa yang terletak di Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Masyarakat desa Margaluyu terdiri dari para petani sayur mayur dan peternak sapi perah, yang dikelilingi oleh perkebunan teh milik PTPN VIII Pasirmalang. Desa ini juga berbatasan dengan perhutani dan cukup jauh dari perkotaan, yang memiliki pemandangan yang bagus dan dapat membuat pikiran menjadi tenang. Desa ini juga menawarkan berbagai kegiatan untuk para wisatawan yang berkunjung maupun para penduduk sekitar, seperti camping ground, seni penca Karuhun, dan berbagai macam pendidikan keahlian. Beberapa pendidikan keahlian yang ditawarkan kepada para wisatawan maupun penduduk desa Margaluyu terdiri dari:

1. Pendidikan Budaya dan Seni: Wisatawan dapat mengikuti kursus pendidikan budaya dan seni, seperti pembuatan kerajinan tangan, seni tradisional, dan lain-lain.
2. Pendidikan Lingkungan Hidup: Wisatawan dapat mengikuti kursus pendidikan lingkungan hidup, seperti pemulihan lahan, pengelolaan sampah, dan pemulihan hutan.
3. Pendidikan Kesehatan: Wisatawan dapat mengikuti kursus pendidikan kesehatan, seperti pemulaian kesehatan, praktis kesehatan, dan pengelolaan kesehatan.
4. Pendidikan Agroekoturisme: Wisatawan dapat mengikuti kursus pendidikan agroekoturisme, seperti pengelolaan tanaman, pengolahan makanan, dan pengelolaan hewan.
5. Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi: Wisatawan dapat mengikuti kursus pendidikan TIK, seperti pemulaian TIK, pengelolaan website, dan pengelolaan sosial media.
6. Pendidikan Kewirausahaan: Wisatawan dapat mengikuti kursus pendidikan kewirausahaan, seperti pemulaian usaha, pengelolaan kas, dan pengelolaan keuangan.

7. Pendidikan Bahasa Inggris: Wisatawan dapat mengikuti kursus pendidikan Bahasa Inggris, seperti pemula Bahasa Inggris, pengulangan Bahasa Inggris, dan pengembangan Bahasa Inggris.
8. Pendidikan Teknik dan Teknologi: Wisatawan dapat mengikuti kursus pendidikan teknik dan teknologi, seperti pemula teknologi, pengelolaan perangkat lunak, dan pengelolaan perangkat lunak.
9. Pendidikan Agama: Wisatawan dapat mengikuti kursus pendidikan agama, seperti pemulaian agama, pengulangan agama, dan pengembangan agama.
10. Pendidikan Seni Rupa: Wisatawan dapat mengikuti kursus pendidikan seni rupa, seperti pembuatan kerajinan tangan, seni tradisional, dan lain-lain.

Desa Margaluyu merupakan desa wisata yang memiliki daya tarik yang tinggi, baik dari segi alam, kuliner, seni dan budaya, maupun upacara-upacara adat. Desa ini memiliki beberapa fasilitas yang memadai guna menunjang kegiatan berwisata, seperti fasilitas yang memadai, akomodasi, dan fasilitas pendukung. Desa wisata ini juga memiliki atraksi alam yang menarik, seperti pemandangan alam, pantai, gunung, danau, flora dan fauna, gua, kawasan hutan lindung, cagar alam. Selain itu, desa Margaluyu juga memiliki atraksi budaya, seperti upacara kelahiran bayi, tarian tradisional, baju adat, pernikahan adat, upacara laut, upacara turun sawah, cagar budaya, bangunan bernilai sejarah, peninggalan masa lalu, festival budaya, kain tenun tradisional, tekstil lokal, pertunjukan tradisional, adat-istiadat lokal, dan lain-lain.

Desa Margaluyu juga memiliki fasilitas wisata buatan, seperti sarana dan fasilitas kebugaran jasmani, wahana permainan, hiburan (komedi, sirkus, theater) ketangkasan (pacu kuda, memanah), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain. Selain itu, desa ini juga memiliki aksesibilitas yang mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi. Selain itu, desa Margaluyu juga memiliki fasilitas wisata yang dapat

menjadi alternatif bagi pariwisata massal, seperti homestay, hotel, transportasi, dan lain-lain. Desa ini juga memiliki sistem norma yang ada di desa tersebut, akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai. Pengembangan desa Margaluyu sebagai desa wisata dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, serta memajukan kebudayaan. Pemerintah mengembangkan desa wisata sebagai salah satu bentuk percepatan pembangunan desa secara terpadu untuk mendorong transformasi sosial, budaya, dan ekonomi desa.

Desa Margaluyu memiliki banyak potensi alam yang dapat dikembangkan dan dijadikan sebagai sumber daya, termasuk wisata, perkebunan, pertanian, dan peternakan. Desa Margaluyu merupakan desa wisata yang memiliki potensi alam dan budaya yang dapat dikembangkan. Berdasarkan data di [repository.unissula.ac.id](http://repository.unissula.ac.id), desa Margaluyu memiliki potensi wisata yang berupa situ Cipanunjang, yang dapat menjadi destinasi wisata air, yang menawarkan berbagai kegiatan untuk wisatawan seperti keliling situ Cipanunjang menggunakan perahu kayu, edukasi pertanian sayur mayur, beraktifitas bersama peternak sapi perah, belajar budidaya ternak lebah madu, beraktifitas bersama nelayan, camping sambil menikmati segarnya udara dipinggir situ Cipanunjang.

Situ Cipanunjang adalah situ alam yang terletak di Desa Margaluyu, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. Situ Cipanunjang merupakan situ buatan dimasa penjajahan Belanda yang berusia lebih dari 100 tahun. Situ ini memiliki pemandangan yang indah, dengan sekelilingnya terdapat pegunungan dan perbukitan. Kegiatan di desa Margaluyu, seperti keliling situ Cipanunjang menggunakan perahu kayu, menawarkan pemandangan alam yang indah dan menarik. Situ Cipanunjang dan situ Cileunca adalah dua situ yang terletak di desa Margaluyu, yang dikelilingi oleh pegunungan dan perbukitan. Situ Cileunca juga merupakan situ yang terletak di desa Margaluyu,

yang memiliki luas  $\pm$  180 ha dan dibangun mulai tahun 1919 sampai dengan 1926. Situ ini terletak di Pangalengan, Kabupaten Bandung, dan berada pada ketinggian 1400 dpl. Situ Cileunca juga dibangun dengan tujuan untuk mengatur air sungai Cimulang Cimalik.

Desa Margaluyu juga memiliki komunitas yang aktif dalam berpartisipasi dalam pengembangan sektor pariwisata. Bupati Garut dukung pengembangan potensi destinasi wisata di desa Margaluyu, yang memiliki destinasi wisata air yang akan menjadi destinasi unggulan di wilayah Kabupaten Bandung. Komitmen penuh dari pemerintah daerah dan masyarakat desa Margaluyu dalam pengembangan potensi wisata ini akan membantu menciptakan usaha UMKM Mandiri yang kuat. Pada tahap pengembangan, desa Margaluyu telah mengembangkan fasilitas wisata, seperti gazebo, toilet, dan wahana permainan untuk wisatawan. Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Lampung Utara saat ini sudah merancang master plan destinasi wisata Bendungan Way Tebabeng Kabupaten Lampung Utara. Hal ini menunjukkan bahwa desa Margaluyu telah mulai mengembangkan infrastruktur dan fasilitas wisata yang dapat menjadi dasar bagi pembangunan UMKM Mandiri yang kuat.

Selain itu, desa ini juga memiliki fokus pengembangan yang berpusat pada dua dusun yang menjadi titik daya tarik wisata primer, yaitu Green Canyon. Green Canyon adalah wisata alam berupa aliran sungai yang diapit oleh dua buah bukit bebatuan yang menembus gua. Green Canyon merupakan pelesetan dari nama Grand Canyon yang ada di Colorado, Amerika Serikat. Nama Green Canyon dipopulerkan oleh turis Perancis yang bernama Bill Jhon pada tahun 1993. Wisata ini juga disebut sebagai Cukang Taneuh atau Jembatan Tanah, yang berarti jembatan tanah yang terbentuk secara alamiah melalui proses alam. Green Canyon terletak di Desa Suwakan, Kecamatan Bayah, Kabupaten Lebak Provinsi Banten. Desa Suwakan ini terletak di wilayah Margaluyu, sehingga Green Canyon ini merupakan salah satu objek wisata yang berada di desa tersebut. Green Canyon merupakan destinasi wisata yang menawarkan berbagai aktivitas wisata, mulai

dari berperahu untuk wisatawan yang hanya ingin sekedar menikmati pemandangan alam, berenang, body rafting, terjun ke dalam air, dan menjelajahi tebing bagi wisatawan yang menyukai tantangan yang memacu adrenalin.

Pengembangan desa Margaluyu menjadi desa wisata menuju UMKMMandiri juga terhubung dengan pendidikan dan kesejahteraan masyarakat. Desa Margaluyu memiliki sekolah yang memiliki lulusan SMA, S1, dan S2, yang dapat menjadi sumber tenaga kerja untuk UMKM Mandiri. Dengan pendidikan yang baik, masyarakat desa dapat memiliki kemampuan untuk mengembangkan usaha yang berpotensi untuk menjadi UMKM Mandiri. Selain itu, pengembangan desa wisata juga memiliki tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, serta memajukan kebudayaan. Dengan pengembangan desa wisata, desa Margaluyu dapat meningkatkan produktivitas yang tinggi, yang akan membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

UMKM Mandiri di sektor wisata desa Margaluyu dapat dibangun, salah satunya dengan mengembangkan fasilitas wisata yang menarik dan mampu menarik wisatawan. Misalnya, dapat dibangun sebuah villa yang menawarkan pemandangan persawahan yang indah dan menarik. Selain itu, dapat juga dibangun sebuah homestay yang dapat menjadi tempat tinggal wisatawan yang datang ke desa Margaluyu. UMKM Mandiri yang ada di sektor wisata di desa Margaluyu seperti villa atau home stay, industri makanan, industri kerajinan, rumah makan. Pengembangan UMKM dan hasil bumi di Desa Wisata Margaluyu memiliki arti penting yang signifikan, terutama dalam konteks pembangunan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Desa Wisata Margaluyu dapat menjadi pusat pengembangan UMKM yang berbasis hasil bumi dengan memanfaatkan potensi alam dan budaya lokal masyarakatnya untuk menciptakan produk unggulan yang dapat menarik minat wisatawan dan meningkatkan pendapatan.



Pengembangan UMKM dan hasil bumi di Desa Wisata Margaluyu dapat mendukung perekonomian lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Desa ini memiliki potensi untuk menjadi pusat pengembangan UMKM yang berbasis hasil bumi, dengan memanfaatkan keahlian dan kekayaan alam yang dimiliki. Misalnya melalui edukasi pertanian sayur mayur, peternakan lebah madu, dan perkebunan kopi, serta menawarkan paket wisata yang mengadakan kegiatan-kegiatan tersebut. Dengan memanfaatkan potensi alam dan budaya lokal, Desa Wisata Margaluyu dapat menjadi pusat pengembangan UMKM yang berbasis hasil bumi, yang tidak hanya mendukung perekonomian lokal tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Ini mencakup pengembangan produk unggulan, peningkatan kualitas produksi, dan pemasaran produk UMKM hasil hilirisasi hasil bumi untuk mencapai pasar yang lebih luas.

UMKM berbasis kawasan wisata merupakan penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat dan dapat bersinergi secara harmonis dengan kawasan wisata. Produk yang disediakan oleh UMKM ini tertanam pada budaya dan kearifan lokal, yang menjadikan mereka sebagai representasi dari kegiatan bisnis di desa dan berkontribusi secara aktif dalam pengembangan setempat. Desa wisata seperti Desa Wisata Margaluyu telah berhasil mengubah potensi wisata alami menjadi sumber pendapatan bagi masyarakatnya, menunjukkan bagaimana pengembangan UMKM dapat mendukung perekonomian desa. Desa Wisata Margaluyu telah menjadi pusat pengembangan UMKM yang berbasis hasil bumi, yang tidak hanya mendukung perekonomian lokal tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

## Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang desa Margaluyu sebagai desa wisata, rumusan masalah yang tepat sebagai topik pembahasan terdiri dari:

1. Bagaimana mengidentifikasi dan mengembangkan potensi hasil bumi yang ada di Desa Wisata Margaluyu untuk mendukung pengembangan UMKM dan pariwisata?
2. Bagaimana hasil bumi berkontribusi dalam pengembangan UMKM di Desa Wisata Margaluyu, khususnya dalam konteks hilirisasi hasil bumi?
3. Apa pengertian hilirisasi hasil bumi dan tujuan utamanya dalam konteks pengembangan Desa Wisata Margaluyu?
4. Apa prinsip-prinsip utama dalam hilirisasi hasil bumi yang perlu dipahami untuk pengembangan Desa Wisata Margaluyu?
5. Bagaimana melakukan analisis terhadap potensi dan masalah yang muncul dalam proses hilirisasi hasil bumi di Desa Wisata Margaluyu?
6. Apa strategi yang efektif untuk meningkatkan kualitas dan nilai tambah hasil bumi yang dihasilkan di Desa Wisata Margaluyu?
7. Bagaimana mengembangkan produk UMKM yang berbasis hasil bumi di Desa Wisata Margaluyu?
8. Apa strategi untuk mendukung pemberdayaan pelaku UMKM dalam proses hilirisasi hasil bumi di Desa Wisata Margaluyu?
9. Bagaimana mengimplementasikan program hilirisasi hasil bumi di Desa Wisata Margaluyu untuk mendukung pengembangan UMKM dan pariwisata?
10. Apa strategi pemasaran yang efektif untuk produk UMKM yang berasal dari hilirisasi hasil bumi di Desa Wisata Margaluyu?
11. Apa tantangan dan hambatan yang menghadang dalam proses hilirisasi hasil bumi di Desa Wisata Margaluyu dan bagaimana cara mengatasinya?

## Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penulisan ini adalah untuk menganalisis dan mengeksplorasi bagaimana hasil bumi di

Desa Wisata Margaluyu dapat diidentifikasi, dikembangkan, dan dikelola secara efektif untuk mendukung pengembangan UMKM dan pariwisata. Penulisan ini juga bertujuan untuk memahami peran hasil bumi dalam pengembangan UMKM, serta prinsip-prinsip dan strategi dalam hilirisasi hasil bumi yang dapat diterapkan di Desa Wisata Margaluyu. Oleh karena itu, penulisan ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan rekomendasi tentang bagaimana mengoptimalkan potensi hasil bumi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, serta meningkatkan daya saing dan ketahanan ekonomi desa.

Selain itu, penulisan ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan hambatan dalam proses hilirisasi hasil bumi di Desa Wisata Margaluyu, serta memberikan solusi dan strategi untuk mengatasi tantangan tersebut. Dengan demikian, penulisan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan Desa Wisata Margaluyu, khususnya dalam hal pengelolaan hasil bumi dan pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

## Manfaat Penulisan

Manfaat penulisan ini meliputi beberapa aspek penting yang berkontribusi pada pengembangan Desa Wisata Margaluyu dan pemberdayaan UMKM yang berbasis potensi alam. Penulisan ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana hasil bumi dapat diidentifikasi, dikembangkan, dan dikelola secara efektif untuk mendukung pengembangan UMKM dan pariwisata. Ini penting karena hasil bumi memiliki potensi yang besar untuk menjadi sumber daya yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian desa dan menarik lebih banyak wisatawan. Penulisan ini juga dapat membantu dalam memahami peran hasil bumi dalam pengembangan UMKM, serta prinsip-prinsip dan strategi dalam hilirisasi hasil bumi yang dapat diterapkan di Desa Wisata Margaluyu. Dengan demikian,

penulisan ini dapat menjadi panduan praktis bagi pelaku UMKM dan pemerintah desa dalam merancang dan mengimplementasikan kebijakan yang mendukung pembangunan berkelanjutan.

Selain itu, penulisan ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan hambatan dalam proses hilirisasi hasil bumi di Desa Wisata Margaluyu, serta memberikan solusi dan strategi untuk mengatasi tantangan tersebut. Ini sangat penting dalam upaya menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan UMKM dan pariwisata yang berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Secara keseluruhan, penulisan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan Desa Wisata Margaluyu, khususnya dalam hal pengelolaan hasil bumi dan pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

## Daftar Pustaka

- Anderson, J. K., & Lee, D. M. (2020). *Economic Development in Rural Areas: Functional and Normative Dimensions*. Routledge: New York.
- Brown, A. L. (2017). *The role of local food systems in tourism development*. *International Journal of Tourism Research*, 19(2), 222-231.
- Carter, S., & Jackson, R. (2019). *Sustainable Rural Development: Strategies for Agro-Tourism*. Springer: London.
- Dalton, L. J., & Walton, M. (2018). *Tourism and economic empowerment in rural communities: Case studies from Indonesia*. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(5), 837-854.
- Evans, G., & Davies, R. (2020). *Agro-tourism and Eco-tourism: Potentials and Challenges*. Wiley-Blackwell: Oxford.
- Harper, S., & Makita, R. (2016). *Innovation in agro-tourism for rural development*. *Journal of Rural Studies*, 47, 388-398.
- Jenkins, I. L. (2017). *Agro-tourism as a driver of economic growth in rural regions*. *Journal of Travel Research*, 56(4), 456-467.

- Morrison, A. M. (2020). *Tourism and Rural Development: Exploring the Synergies*. Channel View Publications: Bristol.
- Smith, P., & Thomas, E. (2018). *Rural Tourism and Sustainable Business*. Channel View Publications: Bristol.
- Thompson, C. J., & Roberts, K. (2016). *Local food products and tourism: An exploration of the potential and challenges*. *Tourism Management Perspectives*, 19, 23-32.

## Biografi



**Dr. Widya Nengsih, S.T., M.Si.**, lahir pada bulan Februari di Palembang. Saat ini beliau berdomisili di Jakarta Selatan, dan merupakan anak ke empat dari enam bersaudara dari pasangan bapak H. Lahmuddin dan ibu Hj. Wahdania. Beliau telah menjadi seorang dosen, memiliki latar belakang pendidikan yang baik dan memiliki sejarah panjang dalam mengembangkan karir akademik. Setelah berkontribusi sebagai dosen selama 12 tahun, Dr. Widya Nengsih, ST., Msi kini menjabat sebagai dosen tetap di Universitas Mitra Bangsa Jakarta, dimana ia telah berkontribusi aktif dalam pengajaran dan penelitian.

Penulis menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) di Universitas Islam Indonesia FTSP Yogyakarta dengan jurusan Teknik Sipil. Kemudian, melanjutkan studi pada Program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Mulawarman Samarinda Kalimantan Timur Prodi Administrasi Negara Konsentrasi Kebijakan Publik. Untuk pendidikan tertingginya, beliau meraih gelar doktoral (S3) dari Universitas Persada Indonesia Jakarta, dengan program studi Manajemen konsentrasi Pemasaran. Keahlian dan pengalaman akademiknya, penulis mencakup berbagai disiplin ilmu dan praktik manajemen, yang mempersiapkannya untuk menghadapi tantangan dan memberikan kontribusi sebagai dosen dalam bidang pendidikan dan manajemen.



**Bayu Kusumo, S.T., M.T.**, lahir di Jakarta, 30 November 1978 Penulis pernah menempuh pendidikan S1 jurusan Teknik Elektro di Universitas Trisakti, S2 jurusan Teknik Elektro di Universitas Trisakti dan sedang menyelesaikan S3 jurusan Manajemen Pendidikan di Philippine Women's University (PWU) Philippine. Penulis bekerja sebagai dosen tetap di Universitas Krisnadwipayana Jakarta Indonesia.

Bidang keahlian penulis antara lain: E-learning, AI, Telekomunikasi, Manajemen Pendidikan, Vos Viewer, Quilbot, yang bermanfaat dalam penulisan artikel ilmiah bereputasi internasional dan proses pembelajaran berbasis ICT. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0816-1927-289. Email: [bayu.kusumo7b@gmail.com](mailto:bayu.kusumo7b@gmail.com)





## BAB 2

# ANALISIS POTENSI DAN MASALAH HILIRISASI HASIL BUMI DI DESA MARGALUYU

Diah Pramestari, S.T., M.T.

Dian Gustina, S.Kom., MMSI.

Ir. Jhonny ZA, M.M., M.Si.

Edi Wahyu Wibowo, S.Sos., M.M.

### Potensi Hasil Bumi Desa Margaluyu

Desa Margaluyu merupakan salah satu desa pada kecamatan Pengalengan, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat yang memiliki berbagai potensi alam dan hasil bumi. Potensi alam dan hasil bumi tersebut menjadi sumber mata pencaharian dan sumber peningkatan ekonomi dari warga desa Margaluyu. Potensi hasil bumi dari desa Margaluyu yang memiliki jumlah produksi cukup tinggi adalah labu siam, kentang, daun teh dan lemon. Namun disamping itu ada pula kopi, cabe dan jenis sayur-sayuran lainnya. Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang telah dilakukan pada kegiatan Pengabdian Masyarakat UMKM, Pokwardis, Petani, Nelayan, Kader Posyandu, Guru dan Peternak di Desa Margaluyu pada tanggal 1-2 Maret 2004,



didapatkan bahwa hasil panen pertanian hanya dijual petani ke pengumpul desa dalam bentuk bahan baku segar atau bentuk produk primer tanpa dilakukan pengolahan hasil panen tersebut menjadi suatu produk hilir atau produk turunan sehingga hasil panen tersebut belum menghasilkan suatu nilai tambah. Potensi hasil bumi yang besar belum didukung dengan tingkat pendidikan dan pengetahuan warga untuk mengolah dan mengembangkan industri pangan olahan. Warga Margaluyu belum menyadari besarnya peluang bisnis yang dapat dikembangkan dari hasil pertanian tersebut, sehingga potensi desa untuk menjadi desa yang maju dan mandiri belum tercapai.

Desa Margaluyu juga memiliki potensi wisata yang dapat terus dikembangkan. Keindahan danau pada desa Margaluyu yang masih alami serta berbagai kegiatan wisata alam dapat ditawarkan kepada pengunjung desa. Potensi wisata dapat menjadi peluang untuk mengembangkan produk wisata berbasis alam dengan menyajikan souvenir, kuliner khas atau paket wisata menarik. Pengembangan kegiatan wisata akan berdampak pula bagi permintaan produk hilir atau turunan yang dapat dihasilkan dari hasil bumi desa.

## | Pengenalan Desa Margaluyu

Desa Margaluyu memiliki luas total wilayah desa sebesar 860.20 Ha. Desa Margaluyu memiliki dua buah situ peninggalan jaman Belanda yang usianya sudah 100 tahun, yaitu situ Cipanunjang dan situ Cileunca. Batas sebelah utara desa Margaluyu adalah desa pulosari, batas sebelah selatan adalah desa pasir angin, batas sebelah timur adalah desa Banjarsari dan batas sebelah barat adalah desa Sukaluyu. Potensi sumberdaya alam wilayah desa tersebut diperuntukan untuk ladang, pemukiman warga, pekarangan warga, situ/waduk/danau, perkebunan rakyat, perkebunan negara, fasilitas umum dan hutan lindung. Jumlah penduduk desa pada tahun 2024 adalah sebesar 2.683 orang laki-laki dan 4.686 orang perempuan. Jumlah tersebut mengalami perkembangan dari tahun sebelumnya sebesar 1.52 %

untuk jumlah penduduk laki-laki dan 0.94 % untuk jumlah penduduk perempuan. Sebagian besar warga desa Margaluyu memiliki mata pencaharian dari hasil bercocok tanam dan mengandalkan hasil panen sebagai sumber pendapatan keluarganya. Pada struktur mata pencaharian sektor mata pencaharian tertinggi berasal dari hasil pertanian kemudian peternakan, perdagangan dan perkebunan. Seperti terlihat pada data nilai produksi terbesar pada industri pengolahan teh dan subsektor industri pangan.

Sejarah desa Margaluyu dimulai pada tahun 1811 sampai dengan pertengahan tahun 1984 desa Margaluyu mengalami pemekaran wilayah desa menjadi dua desa yaitu desa Margaluyu pada wilayah barat dan desa Sukaluyu pada wilayah timur. Pada tahun 2009, tepatnya pada tanggal 2 September 2009 terjadi peristiwa gempa bumi dengan skala 7,3 richter mengakibatkan kerusakan ringan sampai berat pada perumahan warga, gedung pemerintahan, fasilitas pendidikan, fasilitas ibadah dan fasilitas umum lainnya. Berbagai langkah pemerintah desa dan kerjasama dengan warga desa dilakukan untuk mengupayakan bantuan baik bahan pokok makanan, pembangunan rumah warga dan pembangunan infrastruktur lainnya yang mengalami kerusakan (Margaluyu 2016).



**Gambar 1.** Peta Desa Margaluyu

*Sumber: (Margaluyu 2016)*



**Gambar 2.** Kantor Desa Margaluyu

*Sumber: Dokumentasi pribadi*



**Gambar 3.** Pintu Gerbang Desa Margaluyu

*Sumber: Dokumentasi pribadi*

## Hasil Bumi Desa Margaluyu

Hasil bumi dari desa Margaluyu berupa hasil pertanian dan perkebunan berpotensi untuk dikelola dan dikembangkan melalui sebuah agroindustri. Pengembangan agroindustri merupakan usaha untuk meningkatkan pembangunan nasional, membantu pembangunan sektor ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Agroindustri dapat mendorong munculnya industri baru di sektor pertanian, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja, memperbaiki pendapatan masyarakat dan menciptakan sektor pertanian yang tangguh (Suwandi dalam (Hidayat *et al.* 2022)). Hasil bumi desa Margaluyu yang dapat dikembangkan dalam proses hilirisasi dan menjadi suatu agroindustri yaitu:

### 1. Teh

Teh merupakan salah satu hasil bumi desa Margaluyu yang memiliki nilai produksi per tahunnya masuk ke dalam kategori tinggi. Data desa Margaluyu menunjukkan bahwa nilai produksi industri pengolahan teh tahun ini adalah berkisar Rp.30.000.000.000. Hasil dari perkebunan teh dapat menjadi sumber ekonomi petani di desa Margaluyu. Perkebunan teh desa Margaluyu dapat dijadikan destinasi agrowisata bagi wisatawan dalam maupun luar negeri sehingga membantu pemerintah dalam penyediaan lapangan pekerjaan di pedesaan, pengembangan wilayah desa, meningkatkan pendapatan petani atau warga desa serta menjaga kelestarian alam, seperti mencegah atau menjaga tanah dari timbulnya longsor (Trimo dan Nurafifah 2017).



**Gambar 4.** Perkebunan Teh Desa Margaluyu

*Sumber: (Pangalengan 2024)*

## 2. Kentang

Kentang merupakan salah satu bahan pangan yang memiliki kadar air yang cukup tinggi. Kentang juga merupakan jenis tanaman hortikultura yang memiliki kandungan karbohidrat dan bernilai gizi tinggi (Susilo dalam (Rahmah dan Wulandari 2020)). Kecamatan Pengalengan merupakan salah satu sentra produksi kentang di provinsi Jawa Barat. Kentang di kecamatan Pengalengan memiliki potensi yang baik karena daerahnya merupakan dataran tinggi dan memiliki kecocokan syarat tumbuh kentang dengan kondisi fisik dan geografis kecamatan Pengalengan. Jenis kentang yang banyak ditanam di daerah tersebut adalah kentang granola (kentang sayur) dan kentang atlantik yang banyak digunakan sebagai bahan baku industri makanan ringan. Komoditas kentang merupakan komoditas utama karena luasnya areal panen tanaman kentang. Produktivitas tanaman kentang yang semakin meningkat mempengaruhi pendapatan petani kentang. Namun terkadang terdapat kondisi yang menjadi kendala pada agroindustri kentang, salah satunya adalah faktor harga kentang. Harga kentang menjadi faktor yang tidak pasti karena harga di setiap musimnya berbeda-beda. Apabila harga sedang tinggi maka

petani kentang akan mengalami keuntungan, sebaliknya apabila harga sedang rendah maka petani akan mengalami kerugian. Faktor ketidak pastian lainnya dari penanaman kentang yang dapat mempengaruhi penghasilan petani adalah harga jual hasil produksi, faktor iklim, bencana alam, serta serangan hama dan penyakit. Kemitraan dalam lingkungan petani juga tidak berjalan secara optimal. Petani perlu dibekali pengetahuan akan manfaat dari adanya kemitraan pada agroindustri kentang sehingga peningkatan produktivitas dapat terus berjalan (Rahmah dan Wulandari 2020).



**Gambar 5.** Panen kentang petani Pengalengan  
*Sumber: (Rahmat 2017)*

### 3. Lemon

Lemon merupakan kelompok buah jeruk yang memiliki rasa asam. Salah satu hasil bumi dari desa Margaluyu adalah jeruk lemon. Tanaman lemon dapat tumbuh dengan baik pada dataran rendah hingga ketinggian 800 meter di atas permukaan laut. Bagian tanaman lemon yang sering dimanfaatkan adalah kulit buah, bunga, daun dan air perasan. Bentuk jeruk lemon mirip dengan jeruk nipis, namun jeruk lemon akan berwarna kuning saat matang dan memiliki ukuran yang lebih besar. Sedangkan

warna jeruk nipis tetap hijau walaupun dalam kondisi matang dan ukuran jeruk nipis lebih kecil. Pada desa Margaluyu pohon tanaman lemon dapat tumbuh berdampingan dengan tanaman yang lain, seperti tanaman cabe, tomat, kopi dan lain-lain, sehingga warga dapat memaksimalkan penggunaan lahan untuk menanam berbagai tanaman.



**Gambar 6.** Tanaman Lemon Desa Margaluyu  
*Sumber: Dokumentasi pribadi*

#### 4. Labu siam

Labu siam merupakan jenis sayuran dengan batang merambat yang masuk ke dalam suku labu-labuan. Labu siam memiliki bentuk yang mirip dengan buah pir, dengan kulit buah berwarna hijau muda dan berkerut. Labu siam ini termasuk tanaman hortikultura yang dapat dimakan buahnya sebagai bahan makanan sehari-hari, pucuk daunnya juga dapat digunakan sebagai sayuran (Listiana *et al.* 2023). Pada desa Margaluyu tanaman labu siam memiliki jumlah produksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan jenis tanaman sayur lainnya. Labu siam

dapat tumbuh subur pada wilayah dengan ketinggian 100-200 meter diatas permukaan laut. Tanaman ini dapat dikembangkan pada daerah dataran rendah maupun dataran tinggi, sehingga labu siam dapat ditemui di daerah tropis maupun sub tropis.



**Gambar 7.** Tanaman Labu Siam Desa Margaluyu

*Sumber: Dokumentasi pribadi*

#### 5. Kopi

Kecamatan pengalengan merupakan salah satu daerah penghasil kopi di Jawa Barat. Kondisi alam nya sangat mendukung untuk membudi dayakan kopi jenis Arabika. Petani kopi hanya menjual biji kopi kepada tengkulak. Berbagai kegiatan telah dilakukan dengan melibatkan warga desa Margaluyu untuk meningkatkan peluang usaha pada agrobisnis kopi mulai dari hulu sampai hilir. Warga desa yang terlibat tidak hanya dari petani tetapi juga pengurus bumdes. Kegiatan pelatihan lebih bersifat praktek yang dilakukan langsung di kebun kopi maupun di pabrik kopi,



dengan demikian petani memiliki kemampuan dan keahlian untuk mengolah biji kopi menjadi prosuk turunan atau produk hilirnya (BBPPMDDTT 2022).



**Gambar 8.** Biji kopi segar desa margaluyu

*Sumber: Dokumentasi pribadi*

6. Jenis sayuran lainnya

Usaha tani sayuran di desa Margaluyu, kecamatan Pangalengan merupakan usaha utama bagi sebagian besar masyarakat dengan luas lahan mencapai 70% dari total lahan pertanian. Sayuran yang diusahakan termasuk sayuran dataran tinggi, dengan ketinggian tanah kurang lebih 1000 meter di atas permukaan laut dan ditanam pada lahan kering (Rachmina *et al.* 2012). Komoditas sayuran tersebut seperti cabai, bawang daun, tomat, sawi, kol dan sayuran lainnya.



**Gambar 9.** Tanaman tomat, cabe, sawi desa Margaluyu

*Sumber: Dokumentasi pribadi*

### **Pengertian Hilirisasi**

Pengertian hilirisasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah proses pengolahan bahan baku menjadi barang yang siap pakai. Hilirisasi dapat pula dikatakan sebagai proses pengolahan bahan mentah menjadi produk turunan yang memberikan nilai tambah. Nilai tambah (*value added*) merupakan penambahan nilai dari suatu komoditas karena adanya proses pengolahan, pengangkutan ataupun penyimpanan dalam suatu produksi. Dengan demikian hilirisasi hasil bumi adalah proses terjadinya perubahan bentuk dari komoditas yang termasuk hasil bumi yang dapat memberikan nilai tambah terhadap komoditas tersebut.

Pembangunan daerah pedesaan perlu dilaksanakan dengan proses kolaborasi atau kerja sama dengan pihak yang berkomitmen terhadap kemajuan daerah pedesaan dan membentuk suatu sistem untuk mencapai tujuan bersama yang lebih baik. Pembangunan pedesaan ini melibatkan beberapa dimensi, salah satunya adalah dimensi ekonomi yang meliputi: (Puspaningtyas *et al.* 2023).

1. pengembangan komoditas unggulan kawasan pedesaan
2. melibatkan masyarakat dan UMKM dalam pengembangan komoditas unggulan
3. peran BUMDes dan/atau BUMDes bersama mengembangkan komoditas unggulan
4. pengembangan jejaring kawasan pedesaan
5. promosi komoditas unggulan
6. sertifikasi/standarisasi produk yang dihasilkan
7. tingkat melek keuangan masyarakat
8. kepemilikan dan/atau penguasaan lahan

Keseluruhan dimensi ekonomi tersebut berhubungan dengan peningkatan komoditas unggulan pedesaan dan bagaimana cara

melakukan peningkatan tersebut. Peningkatan komoditas unggulan pedesaan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan jumlah produksi hasil bumi, memperbaiki mutu hasil panen, memenuhi permintaan konsumen sampai dengan meningkatkan nilai tambah hasil bumi melalui hilirisasi.

Kebijakan pemerintah mengenai hilirisasi sedang menjadi trend dalam beberapa waktu terakhir ini. Sektor pertanian menjadi salah satu dari 21 komoditas yang ditetapkan oleh pemerintah Indonesia untuk dilakukan hilirisasi selain dari sektor pertambangan, perkebunan dan kelautan. Beberapa aspek perlu dipertimbangkan sebagai dasar untuk menyusun kebijakan hilirisasi. Sebagai contoh, penyusunan kebijakan dengan mempertimbangkan aspek-aspek pada industri hilir hasil tembakau di Blora (Bashori 2020), mempertimbangkan sektor produksi, sektor sarana dan prasarana pengolahan, sektor kelembagaan, kerjasama dan kemitraan, sektor pemasaran dan sektor regulasi.

Proses penerapan dan pengembangan hilirisasi memiliki beberapa manfaat secara menyeluruh mulai dari industri hulu sampai hilir. Berikut ini merupakan beberapa manfaat hilirisasi yaitu:

1. Meningkatkan nilai tambah produk

Produk turunan atau produk hilir akan menghasilkan nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan bahan mentahnya. Peningkatan jumlah produk hilir baik secara jumlah maupun kualitas akan meningkatkan pendapatan negara dari ekspor produk tersebut.

2. Mengembangkan industri hilir

Hilirisasi dapat meningkatkan pengembangan industri hilir di suatu negara. Peningkatan atau pengembangan industri hilir akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan juga menciptakan lapangan kerja di daerah sekitar industri.

### 3. Meningkatkan daya saing produk

Hilirisasi dapat meningkatkan daya saing produk turunan atau produk hilirnya di pasar global. Hal tersebut terjadi karena produk turunan atau produk hilir memiliki nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan dengan bahan mentahnya.

## **Hilirisasi Hasil Bumi Desa Margaluyu**

Hasil bumi yang dihasilkan desa Margaluyu selama ini masih diperjualbelikan dalam bentuk produk primer yang artinya hasil bumi tersebut belum memberikan suatu nilai tambah dan belum berbentuk produk hilir atau produk turunan. Petani menjual hasil panen pertanian atau perkebunannya kepada pengumpul desa atau penjual dalam bentuk hasil bumi segar. Berbagai alternatif hilirisasi dapat dilakukan pada hasil bumi desa margaluyu, sebagai berikut:

### 1. Teh

Teh merupakan produk minuman yang dibuat dengan cara menyeduh daun, pucuk daun atau tangkai daun yang dikeringkan dengan menggunakan air panas atau air hangat. Tanaman teh dibagi menjadi empat kelompok, yaitu teh hitam, teh oolong, teh hijau dan teh putih. Manfaat teh bagi kesehatan adalah melawan radikal bebas, membantu menurunkan berat badan, membuat kulit lebih sehat, menurunkan resiko penyakit Alzheimer, menurunkan resiko diabetes, menurunkan kadar kolestrol, meningkatkan kesehatan jantung, membuat gigi lebih kuat, memperbaiki kualitas tidur dan meningkatkan metabolisme tubuh. Zat yang terkandung dalam teh menyebabkan teh memiliki manfaat baik, zat utama yang bermanfaat adalah polifenol, vitamin E, vitamin C dan vitamin A. Zat yang baik tersebut dapat dimanfaatkan sebagai bahan pangan fungsional, pengembangan produk kosmetik dan pengembangan produk farmasi (Prawira dalam (Pradana *et al.* 2022)). Disamping zat yang memberikan manfaat baik, teh juga mengandung zat kurang baik yaitu kafein

yang dapat menyebabkan proses penyerapan makanan menjadi terhambat.

Produksi teh pada suatu industri pengolahan teh akan menghasilkan limbah, seperti limbah kebun, limbah rotary panner, limbah polimesin dan limbah sortasi. Produk hilir yang dapat dikembangkan dari limbah teh adalah produk biobriket sebagai bahan bakar alternatif (Pradana *et al.* 2022).

Pengolahan teh yang biasanya dihasilkan dari suatu industri menghasilkan teh celup dan teh kemasan. Industri dapat pula menggunakan teh sebagai bahan baku atau bahan tambahan dari produk kosmetik dan perawatan tubuh.

Beberapa referensi telah membahas mengenai usaha rumahan atau UMKM yang dapat mengembangkan produk teh sebagai minuman dan makanan seperti:

- a. Produk olahan minuman teh dalam botol, seperti teh cincau, teh susu, teh lemon, teh buah
- b. Produk olahan minuman teh herbal dalam botol, seperti teh jahe, teh ginseng, teh kunyit, teh mint, teh serai, teh rosela
- c. Es krim teh
- d. Bubuk instan minuman teh
- e. Kue kering
- f. Coklat

Teh juga memiliki kandungan minyak alami yang dapat digunakan untuk meratakan pigmentasi kulit, menghaluskan kulit, melembabkan kulit kering dan mengurangi garis-garis halus. Produk kosmetik berbahan dasar teh yang dapat dikembangkan sebagai industri rumahan ataupun UMKM adalah seperti:

- a. Skincare, berupa masker, *hand and body lotion*, toner, pelembab, *facial wash*
- b. Sabun mandi

## 2. Kentang

Kentang merupakan salah satu jenis umbi-umbian yang kaya akan nutrisi dan memiliki berbagai manfaat untuk kesehatan. Kentang memiliki kandungan karbohidrat yang lebih kompleks, protein, mineral (besi, fosfor, magnesium, natrium, kalsium dan kalium), vitamin (vitamin C dan B1) dan rendah gula (Hartiyah dalam (Hasanah, C. T., Lukman. H , Marniza. M. 2023)). Kandungan kentang tersebut dapat meningkatkan energi, membangun jaringan tubuh dan menjaga kesehatan secara keseluruhan. Dalam usaha diversifikasi pangan, kentang menjadi salah satu sumber nutrisi yang dapat memenuhi kebutuhan gizi masyarakat. Kentang dapat memberikan nilai tambah dengan mengolahnya menjadi beberapa produk hilir atau produk turunan makanan. Beberapa referensi telah membahas mengenai diversifikasi produk kentang dan menghasilkan bahwa produk makanan berbahan dasar kentang yang memiliki umur simpan yang panjang yang dapat dikembangkan oleh usaha rumahan atau UMKM seperti:

- a. Tepung kentang
- b. Keripik kentang
- c. Kerupuk kentang
- d. Cake kentang
- e. Nugget kentang (dalam bentuk frozen)
- f. Kentang goreng (dalam bentuk frozen)
- g. Risoles (dalam bentuk frozen)
- h. Masakan siap saji (dalam bentuk frozen)

Selain manfaat kentang bagi kesehatan tubuh, kentang juga memiliki beberapa manfaat lainnya untuk kesehatan atau kecantikan kulit seperti mencerahkan kulit, mengatasi jerawat dan menghidrasi kulit. Produk kosmetik dan perawatan tubuh berbahan dasar kentang yang dapat dikembangkan sebagai industri rumahan ataupun UMKM adalah seperti:

- a. Masker wajah kentang
- b. Sabun mandi kentang

Untuk produk kosmetik dan perawatan tubuh, bahan dasar kentang akan dicampur dengan bahan tambahan lain seperti serbuk green tea ataupun serbuk susu tawar

### 3. Lemon

Jeruk lemon memiliki kandungan vitamin C yang cukup tinggi dan bermanfaat bagi kesehatan. Manfaat lemon tersebut adalah meningkatkan daya tahan tubuh, menurunkan berat badan, sebagai antibodi, menyegarkan nafas, memelihara kesehatan jantung, mencegah anemia, mencegah pembentukan batu ginjal, menjaga kesehatan kulit dan melancarkan pencernaan. Kandungan vitamin C dan antioksidan di dalam tubuhnya akan memperkuat sistem kekebalan tubuh dari serangan berbagai macam penyakit. Produk makanan dan minuman berbahan dasar lemon yang dapat dikembangkan sebagai industri rumahan ataupun UMKM adalah seperti: sirup jeruk lemon, sari jeruk lemon, permen jeruk lemon, kerupuk jeruk lemon dan ice cream jeruk lemon (Harlen *et al.* 2019). Selain itu produk olahan lemon lainnya yang dapat dikembangkan adalah:

- a. Coklat lemon
- b. Dried lemon (jeruk lemon kering)
- c. Teh lemon kemasan

Kulit lemon mengandung minyak atsiri yang berperan sebagai anti bakteri dan anti inflamasi Kandungan minyak atsiri pada kulit lemon lebih tinggi dibandingkan dengan daun ataupun tangkainya (Brahmi dalam (Assyera *et al.* 2023)). Minyak atsiri lemon banyak dimanfaatkan sebagai *flavoring agent* pada industri pangan, *aroma agent* pada industri parfum, dan *cleaning agent* pada industri kimia dan farmasi (Molina dalam (Assyera *et al.* 2023)).

Manfaat lemon dapat juga digunakan pada produk kosmetik dan perawatan kulit. Penggunaan produk berbahan lemon dapat mencerahkan kulit, mengurangi jerawat, mengobati ketombe hingga mengontrol minyak berlebih. Beberapa referensi telah membahas diversifikasi produk lemon yang dapat dikembangkan sebagai produk kosmetik dan perawatan tubuh yang berbahan dasar lemon seperti:

- a. Sabun mandi
- b. Lulur tubuh
- c. Masker wajah
- d. Shampoo rambut
- e. Toner wajah
- f. Serum wajah

#### 4. Labu siam

Tanaman labu siam dapat dengan mudah mengenyangkan karena kandungannya mengandung karbohidrat. Kandungan kalori dan lemak labu siam memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Kandungan vitamin yang terdapat pada labu siam sangat dibutuhkan oleh tubuh, seperti asam folat, vitamin C, vitamin B6, vitamin B5, vitamin B3, vitamin B1, vitamin B2, vitamin K dan vitamin E. Selain itu terdapat juga kandungan mineral seperti kalium, sodium, kalsium, zat besi, zinc, fosforus dan magnesium (Rahayu, Mutia Isni 2018). Manfaat labu siam untuk kesehatan adalah meningkatkan daya tahan tubuh, menurunkan kadar asam urat, melancarkan pencernaan, mengendalikan kadar gula darah, menurunkan berat badan, mencegah timbulnya tanda penuaan dini, mencegah penyakit jantung dan menurunkan resiko terkena kanker. Labu siam juga memiliki efek antioksidan, antimikrobia dan hipokolesterol (Faridah *et al.* 2023).

Diversifikasi produk atau inovasi pengolahan labu siam sebagai produk pangan perlu ditingkatkan sehingga meningkatkan nilai jual, produk olahannya dapat diterima dan disukai masyarakat (Nurmalasari dalam (Listiana *et al.* 2023)).



Labu siam biasa dikonsumsi secara segar dalam keadaan mentah sebagai lalapan atau salad sayur, ataupun dapat diolah menjadi sup sayur, tumis labu siam, sambal goreng, gulai labu siam, labu siam panggang ataupun menu sayur labu siam lainnya. Namun alternatif produk hilir atau produk turunan berbahan dasar labu siam yang dapat dikembangkan dan memiliki umur ekonomis yang cukup panjang sebagai industri rumahan atau UMKM adalah:

- a. Sirup labu siam
- b. Selai (Listiana *et al.* 2023) dan (Sari dan Mahyuni 2022).
- c. Es krim (Faridah *et al.* 2023).
- d. Fruit leather atau manisan kering (Faridah *et al.* 2023).
- e. Permen marshmallow (Wandita dan Rosida 2023).
- f. Siomay (dalam bentuk frozen)
- g. Cireng (dalam bentuk frozen)
- h. Risol (dalam bentuk frozen)
- i. Nugget (dalam bentuk frozen)

Manfaat labu siam dapat juga digunakan pada produk kosmetik dan perawatan kulit. Kandungan vitamin C pada labu siam dapat merangsang pembentukan kolagen dalam tubuh, sehingga dapat mencegah tanda penuaan dini seperti kulit kusam, garis halus dan keriput. Produk kosmetik dan perawatan tubuh yang berbahan dasar labu siam pernah dikembangkan pada produk shampoo yang berbahan baku campuran susu sapi dan labu siam. Produk tersebut dapat menghaluskan rambut, memperkuat akar rambut dan mengurangi kerontokan (Margaluvyu 2023). Selain shampoo, produk kosmetik dan perawatan kulit lainnya yang dapat dikembangkan menjadi produk hilir dari bahan baku labu siam adalah masker wajah, *body scrub*, sabun mandi dan perlengkapan mandi lainnya.

## 5. Kopi

Kopi merupakan salah satu jenis minuman non alkohol, yang sering dikonsumsi untuk mencegah rasa kantuk. Kopi memiliki manfaat lain yaitu menjaga fungsi otak, meningkatkan daya ingat, menjaga kadar gula darah, mencegah depresi, membantu menurunkan berat badan, meningkatkan energi, menjaga kesehatan hati, menjaga kesehatan jantung, menurunkan resiko kematian, mengontrol gejala parkinson dan mencegah peradangan pada tubuh (Fadli 2023). Kopi merupakan tanaman tropis yang tumbuh subur pada perkebunan maupun hutan Indonesia. Daerah penghasil kopi terbesar Indonesia berada di sebelah selatan garis khatulistiwa, seperti Lampung, Bengkulu, Jawa, Bali, Nusa Tenggara Jenis kopi yang umumnya dibudidayakan adalah kopi Arabika, kopi Robusta dan kopi Liberika. Jenis kopi yang paling umum di Indonesia adalah kopi Robusta dan kopi Arabika karena karakteristik fisik dan kimianya dianggap paling unggul (Mutiara *et al.* 2023). Terdapat pula jenis kopi lainnya yang dibudidayakan di Indonesia karena keunikan cita rasanya yaitu jenis ekselsa dan liberika (Adzkiya *et al.* 2023).

Pengolahan kopi mayoritas berbentuk produk minuman. Terdapat perbedaan tingkat kecenderungan mengkonsumsi kopi antara pria dan wanita. Pria cenderung mengkonsumsi kopi pahit, baru kemudian kopi susu dan kopi sachet. Sedangkan wanita cenderung mengkonsumsi kopi susu dan kopi pahit. Wanita cenderung tidak menyukai kopi pahit dibandingkan dengan pria, karena wanita menganggap bahwa rasa pahit kopi mengganggu dan menjadi kurang nikmat (Adzkiya *et al.* 2023). Produk minuman berbahan dasar kopi dengan kemasan botol dapat dikembangkan sebagai industri rumahan ataupun UMKM adalah seperti: kopi susu, kopi latte, kopi vanilla, espresso, es kopi kelapa dan jenis minuman kopi botol lainnya. Selain itu kopi dapat dikembangkan menjadi produk makanan olahan seperti:

- a. Selai kopi
- b. Pudding kopi
- c. Bumbu penyedap tabur
- d. Youghurt kopi
- e. Jus buah kopi
- f. Kue kering

Produk kopi dapat digunakan sebagai bahan dasar untuk pembuatan produk perawatan tubuh, seperti sabun kopi, *hand sanitizer* dan scrub kopi (Imanda dan Mulyawan 2021). Pembuatan sabun dapat berupa sabun batang maupun sabun cair. Sabun kopi memiliki manfaat untuk kecantikan kulit seperti:

- a. mengangkat sel-sel kulit yang sudah mati
- b. menghilangkan flek hitam, noda dan bekas jerawat
- c. mengatasi iritasi dan peradangan kulit
- d. menghilangkan bau badan
- e. melembabkan kulit
- f. menghilangkan kantung mata
- g. mengurangi selulit
- h. melindungi kulit dari UVA dan UVB

*Hand sanitizer* merupakan bahan antiseptik yang efektif dan efisien berupa gel yang digunakan sebagai pencuci tangan praktis. Kelebihan *hand sanitizer* adalah dapat membunuh kuman dalam waktu relatif cepat. Penggunaan kopi dalam pembuatan *hand sanitizer* dapat menjadi bahan tambahan untuk memberi aroma yang khas.

Dalam suatu proses produksi kopi akan terdapat ampas kopi yang dapat digunakan untuk pembuatan *body scrub*. *Body Scrub* merupakan produk kecantikan yang memberikan manfaat pada kulit untuk membuat kulit menjadi lebih bersih, mencerahkan dan mengangkat sel-sel kulit mati dan melembutkan kulit (Imanda dan Mulyawan 2021).

Peningkatan pelaksanaan hilirisasi memerlukan dukungan pemerintah dan pemilik modal atau investor swasta. Penerapan strategi hilirisasi yang tepat akan menciptakan lingkungan ekonomi yang dapat mendukung keberhasilan proses hilirisasi mulai dari proses produksi sampai dengan penjualan produk kepada pasar potensialnya. Peran pemerintah dan investor swasta dalam hilirisasi adalah sebagai berikut:

#### 1. Peran Pemerintah

Peran pemerintah dalam proses hilirisasi adalah sebagai berikut:

##### a. Kebijakan dan regulasi

Pemerintah menyusun kebijakan dan regulasi yang mendukung pengembangan hilirisasi.

Menyusun kebijakan dan regulasi yang mendukung pengembangan industri hilirisasi. Ini termasuk insentif fiskal, aturan perdagangan, dan regulasi lingkungan yang menguntungkan untuk industri pengolahan.

##### b. Pendukung investasi

Pemerintah sebagai penyusun kebijakan dan regulasi dapat mendukung pengembangan industri hilir, dengan berbagai aturan seperti insentif fiskal, aturan perdagangan dan regulasi lingkungan yang memberi keuntungan untuk industri pengolahan produk hilir.

##### c. Infrastruktur

Pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur dapat mendukung aliran rantai pasok produk hilir. Pembangunan infrastruktur berupa pembangunan jalan raya, pelabuhan dan fasilitas energi.

##### d. Pendidikan dan pelatihan

Pemerintah dapat berpartisipasi aktif dalam menyediakan program pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan ketrampilan pelaku usaha industri hilir. Pelaksana program pendidikan dan pelatihan khusus dapat berkolaborasi dengan institusi pendidikan.

- e. Penelitian dan pengembangan  
Pemerintah perlu mengalokasikan sejumlah dana untuk penelitian dan pengembangan yang bertujuan untuk menciptakan dan mendorong berkembangnya inovasi dalam industri hilir. Penelitian dan pengembangan dapat dilaksanakan pada riset baru dan memiliki tujuan agar penerapan teknologi lebih tepat dan efisien, disamping itu proses produksi dapat berlangsung lebih baik.
  - f. Pengelolaan sumber daya alam  
Pemerintah perlu menyusun kebijakan pengelolaan sumber daya berkelanjutan sehingga dapat diintegrasikan ke dalam proses hilirisasi tanpa mengancam keberlanjutan lingkungan.
  - g. Promosi dan pemasaran  
Promosi dan pemasaran produk hilir di pasar domestik dan internasional dapat dilakukan pemerintah untuk meningkatkan daya saing produk dan membantu penetrasi pasar global.
  - h. Kemitraan  
Pemerintah dapat membangun kemitraan strategis dengan sektor swasta melalui skema kemitraan publik dengan swasta untuk mendukung proses hilirisasi dan membagi resiko investasi.
  - i. Pengawasan dan pengendalian  
Pemerintah memberikan pengawasan dan pengendalian yang efektif untuk memastikan proses hilirisasi berjalan sesuai yang telah direncanakan, norma etika dan standar kualitas. Peran aktif pemerintah dapat meningkatkan nilai tambah ekonomi dan menciptakan keberlanjutan pertumbuhan industri hilir.
2. Peran investor swasta
- Peran investor swasta sangat penting dalam mendukung dan mendorong hilirisasi. Beberapa peran investor dalam hilirisasi adalah

- a. **Pembiayaan modal**  
Investor swasta dapat menyediakan modal finansial yang diperlukan untuk mendukung dan mendorong pelaku usaha atau industri hilir, seperti penyediaan fasilitas produksi dan teknologi.
- b. **Pengenalan teknologi dan inovasi**  
Pengenalan teknologi baru dapat dilakukan seorang investor swasta untuk meningkatkan nilai tambah dari produk hilir.
- c. **Diversifikasi produk**  
Penciptaan diversifikasi produk harus terus dilakukan pada suatu produk primer hasil bumi, sehingga dari satu produk primer dapat menghasilkan nilai tambah yang lebih besar dari hasil produk hilir atau produk turunannya. Investor swasta dapat membantu menciptakan produk-produk hilir yang lebih kompleks dan berdaya saing dalam pasar global.
- d. **Pengelolaan resiko**  
Terdapat resiko yang cukup tinggi dalam suatu pengembangan usaha. Investor swasta dapat membantu mengelola resiko secara lebih fleksibel dibandingkan dengan penggunaan dana publik.
- e. **Pengembangan pasar baru**  
Investor dapat membantu dalam ekspansi pasar dengan memperkenalkan produk hilir ke pasar baru dalam beberapa segmentasi geografis mulai dari skala kecil maupun sampai internasional. Adanya investasi swasta akan mempercepat penetrasi pasar.
- f. **Pengelolaan efisiensi operasional**  
Investasi swasta yang diberikan pada suatu usaha yang menghasilkan produk hilir dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya produksi dengan mengelola operasional usaha dengan baik.

- g. Pengembangan rantai pasok  
Investor swasta dapat berpartisipasi dalam pengembangan rantai pasok. Pelaku usaha harus menjamin ketersediaan bahan baku dari sisi jumlah yang stabil dan kualitas yang baik. Investasi swasta dapat pula digunakan untuk membangun kemitraan yang kuat antara pemasok dengan mitra usaha lainnya.
- h. Keberlanjutan lingkungan  
Investasi swasta yang berkelanjutan dapat membantu mengintegrasikan praktik ramah lingkungan dan sosial dalam operasional usaha yang dikembangkan.
- i. Peningkatan daya saing global  
Suatu investasi swasta dapat membantu menciptakan produk hilir dengan standar kualitas tinggi serta inovasi produk. Produk hilir tersebut akan dapat bersaing di pasar internasional. Dengan adanya partisipasi aktif dari investor swasta dalam proses hilirisasi, pertumbuhan ekonomi akan berkelanjutan, penciptaan lapangan kerja dan peningkatan nilai tambah pada produk dan layanan.

### **Masalah Hilirisasi Hasil Bumi**

Pengembangan produk merupakan bagian dari proses hilirisasi. Tahapan dalam pengembangan produk perlu diperhatikan untuk menghasilkan suatu produk hilir atau produk turunan yang dapat dikembangkan dan diterima oleh konsumen. Tahapan yang dilakukan dalam pengembangan produk tersebut yaitu:

1. Penciptaan ide  
Penciptaan ide merupakan tahapan awal yaitu melakukan proses pencarian yang sistematis terhadap ide produk baru. Pada tahapan ini diperlukan pencarian ide yang cukup banyak yang kemudian ide tersebut dipertimbangkan dengan baik apakah layak untuk diproses lebih lanjut atau ide tersebut tidak dilanjutkan.

## 2. Penyaringan ide

Penyaringan ide merupakan tahapan yang dilakukan untuk mengurangi ide yang didapatkan di tahapan penciptaan ide dan melakukan penyaringan ide dengan menemukan ide yang lebih baik dan menyingkirkan ide yang kurang baik.

## 3. Pengembangan dan pengujian konsep

Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah memperkenalkan model produk baru dan mengadakan survei pendapat konsumen terhadap produk baru tersebut (Imanda dan Mulyawan 2021).

Ide pengembangan produk hilir atau produk turunan perlu direalisasikan untuk mencapai nilai tambah produk, namun pengembangan produk turunan tersebut seringkali menghadapi beberapa kendala atau permasalahan. Sebagai contoh, permasalahan yang nyata terjadi pada UKM penghasil produk kopi bubuk di Kendal (Karnowo *et al.* 2023). Permasalahan yang dihadapi dapat ditinjau dari:

### 1. Aspek Produksi

Permasalahan pada aspek produksi merupakan keterbatasan yang berkaitan dengan proses produksi hilirisasi seperti adanya beberapa keterbatasan yang akan menghambat jalannya proses produksi, yaitu keterbatasan pada peralatan produksi, kapasitas masih rendah, peralatan yang masih sering rusak, jumlah penyimpanan rak bahan baku yang terbatas.

### 2. Aspek Manajemen Usaha

Permasalahan yang terjadi pada aspek manajemen usaha seperti pembukuan yang masih sederhana, pengelolaan usaha yang tradisional dan belum berbasis digital.

### 3. Aspek Pemasaran

Permasalahan pemasaran pada UKM kopi adalah luas area pemasaran yang masih terbatas dan belum memanfaatkan media digital dalam pemasaran



Permasalahan yang sering dihadapi dalam pelaksanaan pengembangan produk daerah pedesaan adalah:

1. Keterbatasan akses pasar  
Akses pasar yang menjadi permasalahan pada pengembangan produk hilir karena terbatasnya infrastruktur transportasi, terbatasnya rantai pasok atau jaringan distribusinya serta terbatasnya data permintaan pasar terhadap produk hilir tersebut.
2. Keterbatasan modal dan teknologi  
Modal dan teknologi sangat diperlukan dalam proses hilirisasi, tanpa adanya investasi modal, masyarakat desa sebagai pelaku usaha akan sulit mengembangkan atau meningkatkan nilai produk hilir. Disamping itu dukungan teknologi yang terlibat dalam proses produksi produk hilir juga diperlukan. Tanpa adanya dukungan teknologi maka proses produksi produk hilir tidak dapat berlangsung.
3. Keterampilan dan pengetahuan  
Ketrampilan dan pengetahuan yang rendah mengenai teknik hilirisasi dapat menjadi faktor penghambat proses hilirisasi. Pelatihan untuk meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan masyarakat desa sebagai pelaku usaha sangat diperlukan sehingga dapat menciptakan nilai tambah yang besar bagi produk hilir atau produk turunan yang dihasilkan.
4. Perubahan iklim dan kondisi alam  
Desa yang bergantung dengan hasil bumi pertanian, perkebunan dan kehutanan memiliki resiko tinggi terhadap perubahan iklim dan kondisi alam yang ekstrim. Bencana alam atau fluktuasi iklim dapat mengganggu proses produksi dan menghambat usaha hilirisasi.
5. Tata kelola  
Tata kelola dan peraturan yang rumit dapat menjadi penghambat bagi warga desa untuk menjalankan proses hilirisasi. Perizinan dan kepatuhan regulasi perlu dibuat secara ringkas dan

mempermudah serta mendukung pelaku usaha pedesaan yang akan melakukan proses hilirisasi pada hasil bumi di desa nya.

6. Pasar yang tidak stabil

Pasar yang tidak stabil dapat menjadi faktor penghambat proses hilirisasi. Ketidakstabilan pasar dapat dipandang dari sisi penawaran maupun permintaan. Permintaan pasar harus dapat dipenuhi oleh pelaku usaha, begitu pula penawaran atau jumlah produksi pada produk hilir perlu mempertimbangkan jumlah dari permintaan pasarnya, sehingga tidak akan terjadi *over stock* atau persediaan yang berlebih akibat rendahnya permintaan pasar.

7. Ketergantungan pada pihak ketiga

Pelaku usaha di desa yang bergantung pada pihak ketiga untuk memproses atau memasarkan produk hilir mereka akan sangat beresiko terhadap fluktuasi dan kebijakan pihak tersebut.

## Daftar Pustaka

- Adzkiya MAZ, Renanti MD, Trison S. 2023. Edukasi Dan Eksplorasi Pengolahan Kopi Di Perhutanan Sosial Desa Jambewangi, Kabupaten Banyuwangi. *J. Abdi Insa*. 10(1):212–223. doi:10.29303/abdiinsani.v10i1.881.
- Assyera RA, Nurjanah S, Widyasanti A, Ainina N. 2023. PROFIL MUTU MINYAK ATSIRI KULIT LEMON (Citrus limon (L.) Burm.f. var. Eureka) BERDASARKAN PERBEDAAN WARNA KEMATANGAN DAN KADAR AIR. *J. Teknol. Pertan*.24(3):201–218.doi:10.21776/ub.jtp.2023.024.03.5.
- Bashori IA. 2020. Hilirisasi Komoditas Tembakau Di Kabupaten Blora. *J. Ind. Eng. Manag*. 3(1):241–255.
- BBPPMDDTT J. 2022. Menciptakan Kewirausahaan Agribisnis Kopi Dalam Rangka Pengembangan OVOP. [diunduh 2024 Apr 20]. Tersedia pada: <https://bbppmddtt-jakarta.kemendesa.go.id/kegiatan/2022-01-19/menciptakan-kewirausahaan-agribisnis-kopi-dalam-rangka-pengembangan-ovop/>

- Fadli R. 2023. 11 Manfaat Kopi Hitam untuk Kesehatan Tubuh. [diunduh 2024 Apr 27]. Tersedia pada: <https://www.halodoc.com/artikel/11-manfaat-kopi-hitam-untuk-kesehatan-tubuh>
- Faridah R, Rahman A, Khaeruddin, Hermawansyah, Astuti T. 2023. Sifat Fisik dan Organoleptik Es Krim dengan Penambahan Labu Siam (*Sechium edule*). *Anoa J. Anim. Husb.* 2(1):23–33. doi:10.24252/anoa.v2i1.35438.
- Harlen F, Hadi IRM El, Dellarosawati M. 2019. Strategi Pemasaran Produk Olahan Jeruk Lemon Menggunakan (Degomon) di Sawahlunto Sumatera Barat Menggunakan Metode Matrix QSPM. *e-Proceeding Eng.* 6(2):7415–7424.
- Hasanah, C. T., Lukman. H , Marniza. M. dan LS. 2023. The Physical, Chemical and Organoleptic Characteristics of Bay Tat Cake Based on a Mixture of Wheat Flour and Potato Flour. *eDUFORTHECH.* 8(2):132–150.
- Hidayat R, Purwadi P, Sasongko PE, Dwiridhotjahjono J. 2022. Pengembangan Hilirisasi Porang (*Amarphopallus Onchopillus Prain*) sebagai Agroindustri Unggulan Jawa Timur. *Cakrawala.* 16(2):155–171. doi:10.32781/cakrawala.v16i2.496.
- Imanda NN, Mulyawan S. 2021. Inovasi Produk Olahan Kopi serta Strategi Pemasarannya dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kampung Legok Nyenang. *Proc. Uin Sunan ....* 44(Desember):109–124.
- Karnowo -, Naryatmojo DL, Sholeh M, Bunyamin -. 2023. Penerapan Teknologi Pasca Panen Kopi dan Hilirisasi Produk Berbasis Digital pada UKM Kopi Bubuk di Kabupaten Kendal. *Abdimasku J. Pengabd. Masy.* 6(2):395. doi:10.33633/ja.v6i2.1035.
- Listiana I, Ayuningtyas S, Sutiana S, Haryani PD, Nathaniela DM, Saputro CH, Khoirunnisa I, Wirayudha R. 2023. PELATIHAN PEMBUATAN SELAI DARI LABU SIAM (*Sechium edule* (Jacq.) Sw.) SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN NILAI TAMBAH DAN IDE WIRAUSAHA DI DESA TAPAK SIRING. *Buguh J. Pengabd. Kpd. Masy.* 3(2):159–164. doi:10.23960/buguh.v3n2.2049.
- Margaluvyu. 2023. Sosialisasi Kewirausahaan: Mahasiswa KKNT-I IPB Ajak Warga Tangkap Usaha Online Berbasis Pertanian.

- [diunduh 2024 Apr 21]. Tersedia pada: <https://www.kompasiana.com/margaluyyu60617/64c872764addee6ea521ca32/sosialisasi-kewirausahaan-mahasiswa-kknt-i-ipb-ajak-warga-tangkap-usaha-online-berbasis-pertanian>
- Margaluyu administrator D. 2016. Desa Margaluyu. [diunduh 2024 Apr 18]. Tersedia pada: <https://margaluyu.desa.id/artikel/2016/8/27/wilayah-desa>
- Mutiara M, Rustam A, Nurindah N. 2023. Cita rasa khas kopi Topidi melalui proses panen hingga metode pengolahan dry process dan full wash. *Filogeni J. Mhs. Biol.* 3(1):44–54. doi:10.24252/filogeni.v3i1.20678.
- Pangalengan E. 2024. Edukasi Perkebunan Teh. *Desa Wisata Margaluyu*. [diunduh 2021 Apr 21]. Tersedia pada: [https://jadesta.kemenparekraf.go.id/atraksi/edukasi\\_ke\\_perkebunan\\_teh](https://jadesta.kemenparekraf.go.id/atraksi/edukasi_ke_perkebunan_teh)
- Pradana W, Kralawi S, Harianto S. 2022. Analisis Mutu dan Ekonomi Biobriket Limbah Teh Sebagai Energi Alternatif pada Industri. *J. Sains Teh dan Kina*.:16–20.
- Puspaningtyas A, Ismail H, Gerry Wahyu Berlia, Nurul Qomariyatun Zulfah. 2023. Pendampingan Hilirisasi Produk Pertanian Untuk Mewujudkan Ketahanan Pangan Di Desa Kebontunggul, Mojokerto. *Ezra Sci. Bull.* 1(2):350–360. doi:10.58526/ez-sci-bin.v1i2.60.
- Rachmina D, Daryanto A, Tambunan M, Hakim D. 2012. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUKTIVITAS SAYURAN DETERMINANT FACTORS OF VEGETABLE PRODUCTIVITY D Rachmina. *J. Pertan.* 3(April):13–23.
- Rahayu. Mutia Isni. 11 Manfaat Labu Siam untuk Kesehatan, Bukan Cuma Turunkan Tekanan Darah. [diunduh 2024 Apr 21]. Tersedia pada: <https://doktersehat.com/gaya-hidup/gizi-dan-nutrisi/manfaat-labu-siam/>
- Rahmah SA, Wulandari E. 2020. Keragaan Produksi dan Harga Kentang di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. *Mimb. Agribisnis.* 6(1):265–271.
- Rahmat A. 2017. Sukacita Panen Kentang Petani Pangalengan. [diunduh 2024 Apr 21]. Tersedia pada: <https://villagerspost>.

com/photo/video/sukacita-panen-kentang-petani-pangalengan/

- Sari N, Mahyuni LP. 2022. Diversifikasi Pengolahan Labu Siam sebagai Bahan Dalam Pembuatan Selai di Banjar Pisang Kaja, Desa Taro. *Panrita Abdi J. Pengabd. Kpd. Masy.* 6(1):158–168.
- Trimo L, Nurafifah I. 2017. Kajian potensi pengembangan agrowisata teh rakyat. *J. Penelitian Teh dan Kina.* 20(1):36–47.
- Wandita H, Rosida. 2023. Pengaruh Proporsi Sari Labu Siam Dan Ekstrak Bunga Telang Serta Penambahan Gelatin Terhadap Karakteristik Marshmallow. *Sinta J. (Science, Technol. Agric. Journal).* 4(1):35–50.

## Biografi



**Diah Pramestari, S.T., M.T.**, lahir di Palembang, 3 Desember 1977. Penulis telah menempuh pendidikan S1 pada program studi Teknik Industri, Institut Teknologi Nasional, Bandung kemudian melanjutkan pendidikan S2, Magister Teknik Industri, Institut Teknologi Bandung dan pada saat ini sedang menempuh pendidikan S3, Doktorat Teknik Industri Pertanian di IPB University, Bogor. Penulis saat ini bekerja sebagai Dosen Tetap Teknik Industri pada Universitas Persada Indonesia YAI sejak tahun 2005. Jabatan struktural penulis pada Universitas Persada Indonesia YAI adalah pada tahun 2010-2011 menjabat sebagai Wakil Dekan II Fakultas Teknik, pada tahun 2009-2010 menjabat sebagai Kepala LPPM Fakultas Teknologi dan Desain dan pada tahun 2005-2009 menjabat sebagai Ketua Jurusan Teknik Industri. Bidang keahlian penulis adalah yang berkaitan dengan Sistem Produksi, Ergonomi dan Manajemen Rantai Pasok. Beberapa karya ilmiah yang telah dihasilkan penulis adalah karya tulis berupa buku, *book chapter*, HKI monograf dan artikel ilmiah yang telah diterbitkan baik pada Jurnal Nasional maupun Jurnal

Internasional. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0813-8993-1871 atau melalui email: [diah.pramestari@upi-yai.ac.id](mailto:diah.pramestari@upi-yai.ac.id)



**Dian Gustina, S.Kom., MMSI.**, lahir di Jakarta, 7 Agustus 1977. Penulis telah menempuh pendidikan S1 dan S2 pada Universitas Gunadarma, Jakarta pada program studi Manajemen Informatika dan Magister Sistem Informasi Bisnis. Penulis saat ini bekerja sebagai Dosen tetap pada Universitas Persada Indonesia YAI sejak tahun 2005. Bidang keahlian penulis adalah yang berkaitan dengan Perancangan Sistem, Basis Data, Data Warehouse, Teknik Kompilasi dan Data Mining. Penulis aktif melakukan penelitian yang berhubungan dengan bidang keahliannya.

Beberapa karya ilmiah yang telah dihasilkan penulis adalah berupa buku dan artikel ilmiah yang telah diterbitkan pada Jurnal Nasional maupun Jurnal Internasional. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0858-1124-1988 atau melalui email: [dian.gustina@upi-yai.ac.id](mailto:dian.gustina@upi-yai.ac.id).



**Ir. Jhonny ZA, M.M, M.Si.**, lahir di Talu, 5 November 1961. Penulis menempuh pendidikan S1 pada program studi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika, Jakarta kemudian melanjutkan pendidikan S2 pada program studi Manajemen Sistem Informasi di Universitas Budiluhur, Jakarta.

Penulis bekerja sebagai Dosen tetap di Universitas Persada Indonesia YAI, Jakarta. Bidang keahlian penulis adalah Sistem Informasi. Penulis aktif melakukan penelitian yang berhubungan dengan bidang keahliannya. Beberapa karya ilmiah yang telah dihasilkan penulis adalah berupa buku dan artikel ilmiah yang telah

diterbitkan pada Jurnal Nasional maupun Jurnal Internasional. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0813-8919-3299 atau melalui email: [jhonnyza0511@gmail.com](mailto:jhonnyza0511@gmail.com).



**Edi Wahyu Wibowo, S.Sos., M.M.**, adalah seorang penulis yang telah menempuh pendidikan S1 pada Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia kemudian melanjutkan pendidikan S2, Magister Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI, Jakarta. Penulis saat ini bekerja sebagai Dosen tetap pada Institut Bisnis Nusantara, Jakarta.

Bidang keahlian penulis adalah Ekonomi, Manajemen dan Marketing. Penulis aktif melakukan penelitian yang berhubungan dengan bidang keahliannya. Beberapa karya ilmiah yang telah dihasilkan penulis adalah artikel ilmiah yang telah diterbitkan pada Jurnal. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0838-9854-6801 atau melalui email: [edijktibn@gmail.com](mailto:edijktibn@gmail.com).



## BAB 3

# PERAN DAN PENGEMBANGAN PROGRAM HILIRISASI PERTANIAN DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI PEDESAAN

Drs. Nobelson, M.M., CPM.

### Pendahuluan

Kinerja Pembangunan ekonomi suatu daerah ditunjukkan dengan adanya pertumbuhan disektor sektor usaha yang berlaku. Pertumbuhan ekonomi adalah kenaikan jangka panjang dalam kemampuan suatu daerah untuk menyediakan semakin banyak barang-barang ekonomi kepada penduduknya, Kemampuan ini tumbuh sesuai dengan kemajuan teknologi, strategi mengembangkan dan memperkuat sektor unggulan dalam hilirisasi pangan substitusi impor, seperti industri gula, daging, ikan atau kedelai olahan, pangan berbasis karbohidrat, dan tepung.



Hilirisasi adalah suatu proses transformasi ekonomi berkelanjutan di mana kebijakan industrialisasi berbasis komoditas bernilai tambah tinggi, menuju struktur ekonomi yang lebih kompleks. Hilirisasi adalah suatu strategi untuk meningkatkan nilai tambah suatu produk atau komoditas dengan cara mengubahnya menjadi produk yang lebih kompleks atau memiliki nilai tambah yang lebih tinggi.

Mengembangkan dan memperkuat sektor unggulan dalam hilirisasi pangan berorientasi ekspor, termasuk industri minyak sawit, unggas, teh, kopi, coklat, dan kelapa. Konsekuensi logisnya adalah tiap-tiap daerah yang akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, maka meningkatnya kontribusi sektor ekonomi yang diukur dalam PDRB menjadi penting untuk terus dievaluasi. (Jhingan, 2003).

Peranan sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi sangat penting karena sebagian anggota masyarakat di negara-negara yang sedang berkembang khususnya yang berbasis sumberdaya alam pertanian menggantungkan hidupnya pada sektor tersebut. Penting juga untuk menggali potensi industri minyak sawit sebagai pangan fungsional guna menambah nilai. Melengkapi program pembangunan diperlukan perluasan ekosistem industri berbasis klaster, dengan mengintegrasikan industri inti, terkait, pendukung, pemasok, pembeli, dan dukungan kelembagaan. Langkah-langkah ini akan membuat industri menjadi lebih kompetitif dan berkelanjutan, mendukung ketahanan pangan nasional.

Mengacu pada situasi dan kondisi ekonomi dan aspek lainnya disuatu negara saat ini banyak permasalahan yang diakibatkan oleh beberapa factor baik internal maupun eksternal. Faktor perubahan iklim, pandemi Covid-19, ketegangan geopolitik, dan inflasi berdampak terhadap kenaikan harga dan terganggunya rantai pasok pangan dunia (Bappenas 2022). Kerawanan pangan global dengan dinamika konflik geopolitik Rusia–Ukraina serta risiko resesi global di tahun 2023 (Pratama 2022a). Pada tahun 2022, konflik Rusia dan Ukraina memperburuk tekanan harga internasional untuk makanan pokok dan pupuk. Selain itu, pembatasan ekspor dan perdagangan

pangan diberlakukan oleh beberapa negara dengan tujuan untuk menjaga kecukupan pasokan di dalam negeri (IMF 2022). Sebanyak 20 negara telah menerapkan 24 larangan ekspor makanan, dan delapan negara telah menerapkan 12 tindakan pembatasan ekspor (World Bank 2022). Komoditas yang ditahan eksportnya di antaranya adalah gandum, gula, daging sapi, pupuk, serta kedelai dan turunannya (Pratama 2022b).

Krisis pangan menjadi ancaman nyata bagi negara-negara di dunia. Sejak 2018, jumlah orang kekurangan gizi dan kelaparan juga meningkat seiring dengan kenaikan harga pangan. Untuk mengantisipasi krisis di sektor pangan, hilirisasi dan industrialisasi menjadi salah satu target besar untuk menjaga ekonomi tetap berjalan baik. Semua pihak termasuk pemerintah melakukan upaya mendorong program hilirisasi pangan untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing komoditas. Pemerintah memprioritaskan programnya melalui Kementerian/ Lembaga terkait untuk mengembangkan masterplan terhadap perencanaan hilirisasi sumber daya alam (SDA) terutama pangan.

Strategi hilirisasi pangan harus mempertimbangkan potensi sumberdaya dan kearifan local terkait potensi desa yang ada dan memiliki peran strategis terhadap inflasi. Sehingga produk hilirisasi dapat menjadi bantalan stabilisasi harga. Keberhasilan Pembangunan ekonomi berbasis hilirisasi pertanian suatu negara secara nasional adalah tergantung dari peran aktif serta partisipasi aktif dari masyarakat seluruhnya yang meliputi pemerintahan terkecil yaitu struktur pemerintahan desa diberbagai wilayah Indonesia yang secara geografis terbentang luas dari sabang sampai marauke-papua.

## Dinamika dan Permasalahan Pengembangan Program Hilirisasi Pertanian di Pedesaan

Kebijakan dan penerapan model pembangunan ekonomi merupakan bagian dari implementasi konsepsi model ekonomi yang khususnya

mengkaji dan menganalisis tentang kondisi perekonomian yang terjadi pada suatu daerah hingga negara (Sukirno, 2014). Masalah pokok dalam pembangunan daerah adalah terletak pada penekanan terhadap kebijakan-kebijakan pembangunan yang didasarkan pada kekhasan daerah yang bersangkutan (endogenous development) dengan menggunakan potensi sumber daya fisik secara lokal/ daerah (Ghozali,2012).

Kebijakan dalam menentukan sektor unggulan menjadi hal yang penting sebagai dasar perencanaan pembangunan daerah yang sesuai era otonomi daerah saat ini, dimana daerah memiliki kesempatan dan kewenangan untuk membuat kebijakan yang sesuai dengan potensi daerah demi mempercepat pembangunan ekonomi daerah untuk peningkatan kemakmuran masyarakat (Hasbiulah, 2015). Ekonomi pembangunan adalah suatu proses yang menyebabkan pendapatan per kapita riil mengalami kenaikan dalam jangka panjang atau jika laju pembangunan lebih besar daripada laju pertumbuhan penduduk sehingga pendapatan per kapita riil meningkat (Arsyad 2014).

Berdasarkan pengertian terkait dengan ekonomi pertumbuhan, bahwa pertumbuhan ekonomi merupakan perkembangan daerah pada setiap kegiatan dengan ditandainya kenaikan output barang atau jasa hingga berdampak secara langsung pada kenaikan pendapatan perkapita sehingga mampu memberikan dampak efek yang sangat besar terhadap pada bidang-bidang lain seperti terbukanya kesempatan kerja bagi setiap penduduk usia kerja dan akan terus meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta pada pendapatan nasional itu akan mampu terangkat naik sehingga dapat dimanfaatkan dalam pembiayaan pembangunan infrastruktur pada suatu perekonomian.

Konsep pembangunan di desa menjadi prioritas dalam pembangunan, bagaimana agar desa dan masyarakatnya bisa membangun dan mandiri serta bisa menyelesaikan problem-problem pembangunan. Sentuhan pembangunan desa terus dilakukan mulai dari zaman orde lama, orde baru sampai saat ini pasca reformasi. Berbagai sentuhan terus dilakukan dalam upaya memberdayakan

desa dan masyarakatnya, berbagai jenis program pembangunan dilakukan oleh setiap rezim pemerintahan.

## Kendala dalam Pembangunan Ekonomi Pedesaan

Pembangunan ekonomi pedesaan terutama di daerah yang terpencil (tertinggal) tidak terlepas dari pembangunan sektor pertanian. Kondisi ini disebabkan karena sebagian besar masyarakat pedesaan (sekitar 80 persen) mencari nafkah dari sektor pertanian yakni: perkebunan, perikanan, peternakan, kehutanan, tanaman pangan dan hortikultura. Apabila ingin memacu pertumbuhan ekonomi di pedesaan salah satu prioritasnya adalah pengembangan sektor pertanian yang berbasis agribisnis. Untuk jenis agribisnis skala besar seperti perkebunan boleh dikatakan tidak banyak kendala, karena sektor perkebunan yang dikembangkan selama ini berorientasi ekspor yang dikelola oleh perusahaan besar. Namun yang jadi masalah adalah pengembangan ekonomi pedesaan dari usahatani skala kecil yang dikelola secara swadaya oleh masyarakat.

Dalam pengembangan sektor pertanian skala kecil tersebut masih ditemui beberapa kendala, terutama dalam pengembangan sistem pertanian yang berbasis agribisnis dan agroindustri. Kendala yang dihadapi dalam pengembangan pertanian khususnya petani skala kecil, antara lain:

1. Lemahnya struktur permodalan dan akses terhadap sumber permodalan. Salah satu faktor produksi penting dalam usaha tani adalah modal. Besar-kecilnya skala usaha yang dilakukan tergantung dari pemilikan modal. Secara umum pemilikan modal bagi masyarakat pedesaan masih relatif kecil, karena modal ini biasanya bersumber dari penyesihan pendapatan usaha sebelumnya. Untuk memodali usaha selanjutnya masyarakat desa (petani) terpaksa memilih alternatif lain, yaitu meminjam uang pada orang lain yang lebih mampu (pedagang) atau segala

kebutuhan usaha tani diambil dulu dari toko dengan perjanjian pembayarannya setelah panen. Kondisi seperti inilah yang menyebabkan petani sering terjerat pada sistem pinjaman yang secara ekonomi merugikan pihak petani.

2. Ketersediaan lahan dan masalah kesuburan tanah. Kesuburan tanah di pedesaan sebagai faktor produksi utama dalam pertanian makin bermasalah. Permasalahannya bukan saja menyangkut makin terbatasnya lahan yang dapat dimanfaatkan petani, tetapi juga berkaitan dengan perubahan perilaku petani dalam berusaha tani. Dari sisi lain mengakibatkan terjadinya pembagian penggunaan tanah untuk berbagai subsektor pertanian yang dikembangkan oleh petani.
3. Pengadaan dan penyaluran sarana produksi. Sarana produksi sangat diperlukan dalam proses produksi untuk mendapatkan hasil yang memuaskan. Pengadaan sarana produksi di pedesaan itu bukan hanya menyangkut ketersediaannya dalam jumlah yang cukup, tetapi yang lebih penting adalah jenis dan kualitasnya. Oleh karena itu pengadaan sarana produksi ini perlu direncanakan sedemikian rupa agar dapat dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan dan dipergunakan pada waktu yang tepat.
4. Terbatasnya kemampuan dalam penguasaan teknologi. Usaha pertanian di pedesaan merupakan suatu proses yang memerlukan jangka waktu tertentu. Dalam proses tersebut akan terakumulasi berbagai faktor produksi dan sarana produksi yang merupakan faktor masukan produksi yang diperlukan dalam proses tersebut untuk mendapatkan keluaran yang diinginkan. Petani yang bertindak sebagai manajer dan pekerja pada usaha taninya haruslah memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan berbagai faktor masukan usaha tani, sehingga mampu memberikan pengaruh terhadap peningkatan produktivitas dan efisiensi usaha yang dilakukan.

5. Lemahnya organisasi dan manajemen usaha tani. Organisasi merupakan wadah yang sangat penting dalam masyarakat, terutama kaitannya dengan penyampaian informasi (*top down*) dan panyaluran inspirasi (*bottom up*) para anggotanya. Dalam pertanian organisasi yang tidak kalah pentingnya adalah kelompok tani. Selama ini kelompok tani sudah terbukti menjadi wadah penggerak pengembangan pertanian di pedesaan. Hal ini dapat dilihat dari manfaat kelompok tani dalam hal memudahkan koordinasi, penyuluhan dan pemberian paket teknologi.
6. Kurangnya kuantitas dan kualitas sumberdaya manusia untuk sektor agribisnis. Petani merupakan sumberdaya manusia yang memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan suatu kegiatan usaha tani, karena petani merupakan pekerja dan sekaligus manajer dalam usaha tani itu sendiri. Ada dua hal yang dapat dilihat berkaitan dengan sumberdaya manusia ini, yaitu jumlah yang tersedia dan kualitas sumberdaya manusia itu sendiri. Kedua hal ini sering dijadikan sebagai indikator dalam menilai permasalahan yang ada pada kegiatan pertanian.

## Penguatan Potensi Desa melalui Hilirisasi Sektor Pertanian

1. Potensi adalah daya, kekuatan, kesanggupan dan kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dapat dikembangkan. Jadi Potensi desa adalah daya, kekuatan, kesanggupan dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu desa yang mempunyai kemungkinan untuk dapat dikembangkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. Potensi desa dapat dibedakan menjadi dua;
  - a. Pertama adalah potensi fisik yang berupa tanah, air, iklim, lingkungan geografis, binatang ternak, dan sumber daya manusia.

- b. Kedua adalah potensi non-fisik berupa masyarakat dengan corak dan interaksinya, lembaga lembaga sosial, lembaga pendidikan, dan organisasi sosial desa, serta aparatur dan pamong desa.

Pembangunan pedesaan sesuai dengan konsep hilirisasi berorientasi pada pembangunan yang berkelanjutan, yaitu adanya keterlibatan stakeholders, karena setiap pihak memiliki sumberdaya dan peran yang biasa didayagunakan secara proposional sekaligus mengubur paradigma lama yang berasumsi bahwa pemerintah berperan sebagai pemasok atau penyedia, dan perannya digantikan oleh fasilitator serta pemberdaya masyarakat.

Dalam memacu pertumbuhan ekonomi, kebijaksanaan ekonomi harus menganut paradigma baru dimana pemberdayaan ekonomi rakyat harus menjadi perhatian utama.

2. Demi tercapainya upaya dalam mengembangkan kesejahteraan dan ekonomi desa saat ini pemerintah sangat serius untuk mengakselerasi dirinya menuju negara maju atau dikenal dengan sebutan Indonesia Emas pada 2045 mendatang. Salah satu caranya yang intens adalah melakukan strategi jitu dengan mendorong program hilirisasi di berbagai sektor unggulan sumber daya alam tanah air yang tersebar dari Aceh hingga Papua.
3. Salah satu wujud hilirisasi yang gencar dilakukan pemerintah itu, kini sudah mulai tampak. Di sektor pertambangan, misalnya, kini didorong untuk mendirikan smelter-smelter sehingga komoditas mentah tambang, seperti nikel, timah tembaga, dan sebagainya bisa diolah lebih lanjut menjadi produk bernilai tambah tinggi.
4. Sebenarnya, aktivitas hilirisasi bukan hanya milik sektor pertambangan semata. Hilirisasi juga bisa dilakukan terhadap semua komoditas. Demikian juga dengan pelakunya. Tak hanya pengusaha besar, pelaku hilirisasi bisa saja dilakukan pelaku yang berskala Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal.

5. Hilirisasi merujuk pada upaya pengembangan industri atau kegiatan ekonomi di sektor hulu atau pengolahan produk alam agar lebih bernilai tambah. Dalam konteks pemerintahan atau ekonomi suatu negara, hilirisasi sering kali diupayakan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing ekonomi nasional. Hal ini dapat melibatkan pengolahan dan produksi lebih lanjut dari sumber daya alam, sehingga produk yang dihasilkan memiliki nilai tambah yang lebih tinggi. Hilirisasi dapat memberikan manfaat seperti penciptaan lapangan kerja, diversifikasi ekonomi, dan peningkatan pendapatan negara.
6. Hilirisasi perkebunan di Indonesia saat ini, mengacu pada upaya meningkatkan nilai tambah produk pertanian melalui pengolahan lebih lanjut. Hal ini tentu saja, harus melibatkan pengembangan industri pengolahan untuk menghasilkan produk-produk turunan, seperti minyak kelapa sawit, kopi olahan, atau lada olahan.
7. Dengan melibatkan proses hilirisasi, Indonesia dapat meningkatkan pendapatan sektor pertanian dan membuka peluang untuk menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat di tanah air.
8. Perkembangan hilirisasi perkebunan di Indonesia terus berkembang, dengan upaya untuk meningkatkan nilai tambah produk. Beberapa sektor, seperti kelapa sawit, kakao, karet, dan kopi saat ini terus mengalami peningkatan dalam diversifikasi produk dan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi.
9. Mampu mengatasi tantangan terkait keberlanjutan dan dampak lingkungan juga menjadi fokus untuk dicapai
10. Hilirisasi itu bukan hanya untuk (industri) yang besar-besar. Bukan urusan nikel atau tambang tembaga saja, bahkan yang UMKM pun dapat menerapkan program hilirisasi semua produk yang masih mentah nilai ekonominya.



## Kesimpulan

Hilirisasi seringkali memerlukan pembangunan infrastruktur yang mendukung. Contohnya seperti pabrik, jaringan transportasi, dan fasilitas pendukung lainnya, yang dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi suatu wilayah. Hilirisasi adalah proses penambahan nilai suatu produk atau komoditas dalam rantai produksi. Proses ini terjadi di sepanjang hilir atau akhir rantai produksi, setelah tahap produksi dasar. Sebagai salah satu negara produsen besar bahan pangan utama dunia, penguatan peran sebagai lumbung pangan dunia semakin penting, diantaranya melalui penguatan sektor pertanian yang berdaya tahan dan bernilai tambah.

Kesuksesan Pembangunan ekonomi nasional adalah suksesnya proram hilirisasi pertanian pedesaan dimana pemerintah desa dan masyarakat mengelola sumberdaya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah desa dengan sektor swasta untuk menciptakan lapangan kerja baru dan merangsang perkembangan kegiatan ekonomi (pertumbuhan ekonomi) di wilayah tersebut.

Dengan meningkatkan nilai tambah produk, diversifikasi ekonomi, penciptaan lapangan kerja, inovasi, dan daya saing global, hilirisasi menjadi kunci untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, langkah-langkah untuk mendorong dan mendukung proses hilirisasi harus diambil sebagai bagian dari strategi pembangunan ekonomi suatu negara.

## Daftar Pustaka

- Anthony, Peter., and Richard. 2012. The Impact Macroeconomic Variables on Non-Oil Exports Performance in Nigeria 1986-2010. *Journal of Economics and Sustainable Development*. 3(5): 27-41.
- Frendy Ahmad Afandi (Deputi Bidang Koordinasi Pangan dan Agribisnis, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian). *Komoditas Pertanian Unggulan Untuk Hilirisasi Pangan*.

- Feryanto (Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University). Experiment Findings October 2023.
- Lincoln, Arsyad. 2011. Ekonomi Pembangunan, Universitas Terbuka, Kementerian Pendidikan Nasional.
- M. E. Atmojo. 2017. “Efektivitas Dana Desa Untuk Pengembangan Potensi Ekonomi Berbasis Partisipasi Masyarakat di Desa Bangunjiwo,” J. Sos. Polit.
- Samsuariadi, Satia Negara Lubis, Achmad Siddik Thaha. 2023. Analisis Potensi Dan Strategi Kebijakan Prioritas Pengembangan Tanaman Pangan Dalam Rangka Pengembangan Wilayah Pedesaan Di Kabupaten Aceh Tenggara. Program Studi Perencanaan Pembangunan Wilayah dan Pedesaan Universitas Sumatera Utara.
- Vanya Benita, Nisa Anggilia, Mega Safitri, Qonitah Berliana, Regyna Renata Universitas Ngudi Waluyo. (Desember 2023). Strategi pengembangan ekonomi pedesaan melalui penguatan potensi sumberdaya.
- Membangun Ekonomi Desa Jimmi Sofyan, S.IP (Dinas Kominfo)  
[https://babelprov.go.id/artikel\\_detil/membangun-ekonomi-desa](https://babelprov.go.id/artikel_detil/membangun-ekonomi-desa)
- <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240131125951-17-510481/tak-cuma-nikel-hilirisasi-7-komoditas-ini-efeknya-besar-ke-ri>
- <https://pe.feb.unesa.ac.id/post/menggali-potensi-hilirisasi-ekonomi>
- <https://jabar.dpd.go.id/galeri-kegiatan/hilirisasi-produk-pertanian-tingkatkan-income-masyarakat>

## Biografi



**Drs. Nobelson, MM.CPM.,** merupakan dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Nobelson memiliki pengalaman mengajar lebih dari 34 tahun yaitu sejak tahun 1989 di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Nobelson menempuh studi pada S-1 Jurusan Manajemen di Universitas Pancasila dan S-2 Manajemen Pemasaran di Universitas Persada Indonesia “YAI” Jakarta. Sertifikasi yang pernah di ikuti adalah Sertifikasi Profesional Marketing, CPM (IMA-AMF) MARKPLUS, Indonesia (2018). Selain mengajar, penulis juga aktif pada Koordinator Penelitian dan Kajian bidang Manajemen LKEB-FEB UPNVJ. Penulis juga aktif dalam penelitian dan pengabdian masyarakat, di antaranya adalah (1) Analisis Strategi Pengembangan Produk Baru pada pelaku UMKM Kota Depok (Studi Kasus Uji Persepsi Konsumen) (2) Kajian Aspek Persaingan Industri Farmasi Khusus Obat Antibiotik dan Diabetes di Indonesia, kerja sama dengan Lembaga KPPU RI, (3) Kajian dan Analisis Persaingan dan Pola Kemitraan pada Industri Kelapa Sawit di Indonesia, proyek kerja sama dengan Lembaga KPPU RI. Penulis: [nobelsonsyarif1160@gmail.com](mailto:nobelsonsyarif1160@gmail.com) dan 0815 879 2539.



# BAB 4

## PEMASARAN PRODUK UMKM HASIL HILIRISASI

Sri Setiawati, S.Pd., M.M.

Santi Octavia, S.E. M.Si.

Dr. Hj. Amanda Lestari Putri Lubis, S.H., M.Kn.

Rina Apriliani, S.E., M.M.

### *Pemasaran Online dan Offline*

Pemasaran merupakan proses merencanakan, melaksanakan, dan menyebarkan ide, barang, atau jasa kepada konsumen yang berpotensi melibatkan berbagai strategi dan teknik, termasuk penelitian pasar, segmentasi pasar, promosi, harga, distribusi, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran produk UMKM hasil hilirisasi merupakan suatu kegiatan yang penting untuk membantu UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pasar. Melalui strategi pemasaran yang efektif, UMKM dapat meningkatkan penjualan produk mereka. Dengan meningkatnya kemampuan untuk melihat jangkauan ke depan dan pengetahuan tentang produk, peluang untuk menjual lebih banyak barang akan meningkat. Pemasaran yang baik memungkinkan UMKM untuk mencapai pasar

yang lebih luas. Ini membantu meningkatkan eksposur produk dan menciptakan peluang untuk menjangkau pelanggan baru.

Berikut adalah beberapa strategi pemasaran yang bisa diterapkan untuk produk UMKM hasil hilirasi secara umum:

1. Identifikasi target pasar: Pelajari siapa target pasar produk Anda. Apakah mereka dari segmen usia tertentu, golongan sosial ekonomi tertentu, atau memiliki kebutuhan khusus tertentu?
2. Branding yang kuat: Bangun identitas merek yang kuat untuk produk Anda. Ini termasuk desain kemasan yang menarik, logo yang mudah diingat, dan pesan branding yang konsisten.
3. Jaringan distribusi yang luas: Bekerjasama dengan berbagai pihak, seperti distributor, toko ritel, atau bahkan platform e-commerce, untuk memastikan produk Anda dapat dijangkau oleh konsumen dengan mudah.
4. Pemasaran digital: Manfaatkan kekuatan internet untuk mempromosikan produk Anda. Mulai dari membangun situs web, hadir di media sosial, hingga beriklan secara online.
5. Kemitraan dengan influencer: Bekerjasama dengan influencer atau tokoh terkenal yang memiliki audiens yang sejajar dengan produk Anda dapat membantu meningkatkan rasa percaya konsumen terhadap merek kita.
6. Program loyalitas pelanggan: membuat sebuah program loyalitas yang memberikan rangsangan kepada pelanggan setia, seperti diskon khusus, hadiah, atau program referral.
7. Kualitas produk yang konsisten: Pastikan produk Anda selalu mempertahankan standar kualitas yang tinggi. Kepuasan pelanggan adalah kunci untuk mempertahankan loyalitas dan mendapatkan rekomendasi dari mulut ke mulut.
8. Terlibat dalam komunitas lokal: Bangun hubungan dengan komunitas lokal melalui kegiatan sosial, acara, atau sponsorship.

Ini dapat membantu meningkatkan kesadaran merek di lingkungan lokal Anda.

9. Penggunaan testimoni pelanggan: Gunakan testimoni atau ulasan positif dari pelanggan untuk membangun kepercayaan pada produk Anda. Ulasan ini dapat dipromosikan melalui berbagai saluran pemasaran.
10. Inovasi produk: Teruslah berinovasi dalam produk Anda untuk tetap relevan dengan perkembangan pasar dan kebutuhan konsumen.

Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, UMKM hasil hilirasi dapat meningkatkan visibilitas produk mereka, menarik pelanggan baru, dan memperkuat posisi mereka di pasar.

Dari Strategi diatas secara garis besar kita bagi menjadi Pemasaran secara *Online* dan *Offline*.

### **Pemasaran Secara *Online***

Pemasaran *online* adalah proses mempromosikan produk atau layanan menggunakan internet dan berbagai platform digital. Ini melibatkan penggunaan teknologi digital dan alat-alat online untuk menjangkau target pasar, membangun hubungan dengan pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Dalam era digital ini, pemasaran online menjadi sangat penting karena semakin banyak orang yang menghabiskan waktu online, baik untuk mencari informasi, berbelanja, atau berinteraksi dengan konten.

Pemasaran online meliputi berbagai strategi dan teknik, mulai dari SEO (Search Engine Optimization) untuk meningkatkan visibilitas situs web di hasil pencarian, hingga pemasaran konten untuk menarik dan mempertahankan minat pelanggan. Sosial media marketing, email marketing, dan berbagai bentuk iklan online juga merupakan bagian penting dari pemasaran online.

Dengan melakukan strategi pemasaran online pelaku usaha dalam menawarkan produk dapat menjangkau semua wilayah dan jangkauan luas ini bisa meningkatkan penjualan serta pendapatan,

sehingga sangat efektif bagi pelaku UMKM agar dalam menjalankan usaha semakin dikenal banyak orang. Ini juga adalah salah satu strategi untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik pengunjung ke situs web atau toko online, meningkatkan konversi, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dengan memanfaatkan data dan analisis yang tersedia, pemasaran online memungkinkan para pemasar untuk mengukur kinerja kampanye mereka secara lebih efektif dan menyesuaikan strategi mereka sesuai dengan respons dari audiens mereka. Strategi pemasaran online yang efektif bagi pelaku usaha UMKM yang dapat dilakukan:

1. Website: Membangun situs web yang menarik dan fungsional untuk menjual produk atau layanan Anda.
2. SEO (Search Engine Optimization): Mengoptimalkan situs web Anda agar muncul di hasil pencarian mesin pencari seperti Google. Ini melibatkan penggunaan kata kunci yang relevan, pembuatan konten berkualitas, dan optimasi teknis.
3. SEM (Search Engine Marketing): Membayar untuk iklan yang muncul di hasil pencarian mesin pencari. Ini bisa melalui Google Ads atau Bing Ads.
4. Sosial Media Marketing: Mempromosikan produk atau layanan Anda melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn. Ini bisa melalui konten organik atau iklan berbayar.
5. Email Marketing: Mengirim email kepada pelanggan atau calon pelanggan untuk mempromosikan penawaran, konten, atau acara.
6. Content Marketing: Membuat konten yang bermanfaat dan relevan untuk audiens Anda, seperti artikel blog, video, infografis, atau e-book, untuk menarik dan mempertahankan minat pelanggan.

7. **Affiliate Marketing:** Bekerja sama dengan pihak lain (afiliasi) yang memasarkan produk atau layanan Anda dan mendapatkan komisi atas penjualan yang dihasilkan.
8. **Influencer Marketing:** Beberapa perusahaan bermitra dengan tokoh atau influencer di media sosial untuk mempromosikan produk atau layanan mereka kepada audiens mereka.
9. **Pemasaran Konten Berbayar:** Membayar untuk mempromosikan konten Anda di platform tertentu, seperti Facebook Ads atau Instagram Ads.
10. **Analisis dan Pengukuran:** Melacak dan menganalisis kinerja kampanye pemasaran online Anda menggunakan alat analisis web dan metrik seperti konversi, lalu lintas, dan retensi pelanggan.

Pemasaran online lebih mudah dijalankan karena hanya dengan koneksi internet saja sudah bisa memasarkan produk pada semua orang, berbagai kemudahan dalam melakukan aktivitas pemasaran dan bisa meningkatkan penjualan sehingga banyak orang yang memilih pemasaran online. Hal ini didukung oleh perubahan gaya hidup masyarakat ini yang serba online.

## Konsep Marketing 4.0 Bagi UMKM di Era Digitalisasi

Dengan adanya Marketing 4.0, sebagian orang masih bingung bagaimana cara menerapkan sistem Marketing 4.0. Di era digitalisasi, memahami sistem pemasaran baru yang didukung teknologi tidaklah mudah. Dengan berubahnya zaman dan berubahnya perilaku konsumen, masyarakat menjadi lebih selektif dalam membeli produk. Perubahan perilaku konsumen di era digital memerlukan konsep pemasaran baru dengan menggunakan Marketing 4.0.

Marketing 4.0 adalah pendekatan pemasaran baru yang mengatasi perubahan perilaku konsumen. Ketika pola perilaku



konsumen berubah, Anda dapat mengalihkan kerangka kerja Anda ke 5A (*Aware, Appeal, Ask, Act, Advocate*).

Sebelum era digitalisasi ini, banyak UMKM di bidang pemasaran yang menggunakan kerangka 4A dan masih mengandalkan saluran dan jaringan pemasaran korporasi untuk memasarkan produk dan jasanya. Mereka berharap saluran pemasaran ini memiliki dampak signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen. Namun di tengah perubahan zaman yang serba terhubung dan saling berhubungan, tentu sangat sulit bagi perusahaan untuk mempertahankan metode pemasaran tradisional.

Pola perilaku konsumen juga berubah. Mereka mencari informasi mengenai produk dan mencari opini serta review dari konsumen lain, sehingga mereka lebih berhati-hati dalam memilih produk dan jasa yang dibelinya. Perubahan pola perilaku pelanggan di era digital. Selain membeli produk dari perusahaan, tentunya konsumen juga mencari informasi mengenai produk terlebih dahulu, mulai dari kualitas produk hingga perbandingan harga. Karena ketatnya persaingan di dunia Internet, perusahaan harus bekerja keras untuk memotivasi konsumen agar melakukan pembelian.

## Niche Market

Di era digitalisasi pada masa sekarang ini, sangatlah penting bagi para pelaku bisnis untuk mengenal dan mempelajari dunia digital. Dengan keadaan dunia yang penuh perkembangan apalagi kita dihadapkan kepada keadaan dunia pada sekarang ini yaitu, dunia sedang Bersama-sama berperang melawan penyebaran Virus Corona atau Covid-19.

Dengan adanya penyebaran virus Corona ini, membuat dunia dipaksa untuk bergerak dan berinteraksi secara digital, contohnya dengan melakukan pembelajaran secara daring, bekerja secara daring, dan hampir semua kegiatan manusia di tahun 2020 ini dilakukan secara daring atau online. Dengan banyaknya informasi

yang terdapat di dunia internet, tentunya informasi tersebut tidak ada dengan sendirinya. Siapakah yang menulis dan memberikan berbagai macam informasi tersebut?

Tentu saja, sebagian orang menuliskan dan mengolah semua informasi di Internet. Pesatnya perkembangan zaman dan kemajuan teknologi harus bisa kita manfaatkan sebagai peluang pertumbuhan pribadi dan bisnis, dan tentunya sebagai peluang untuk memperluas penjualan dan pemasaran. Saat Anda memasuki dunia Internet, Anda dapat mengetahui ceruk pasar Anda.

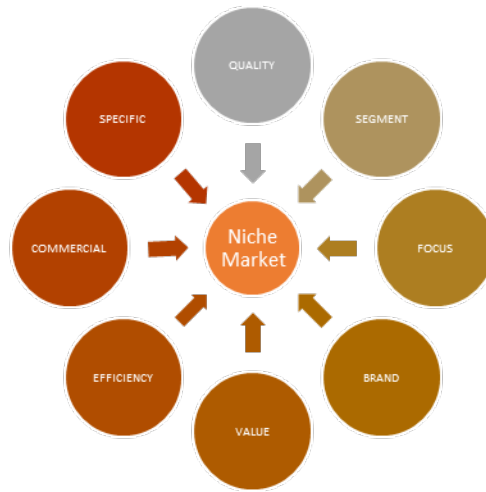
Apa sebenarnya niche market itu?

Niche market adalah bagian dari suatu industri yang mempunyai target pasar yang lebih spesifik atau kelompok konsumen yang lebih kecil. Dengan kata lain, niche market adalah subdivisi dari industri yang lebih besar, yang juga dikenal sebagai pasar massal.

Sebuah contoh sederhana.

Sebuah perusahaan di industri peralatan komputer. Industri ini memiliki pasar gaming dan pasar laptop pelajar yang keduanya memiliki konsumen dengan spesifikasi berbeda dari segi keuangan dan kebutuhan.

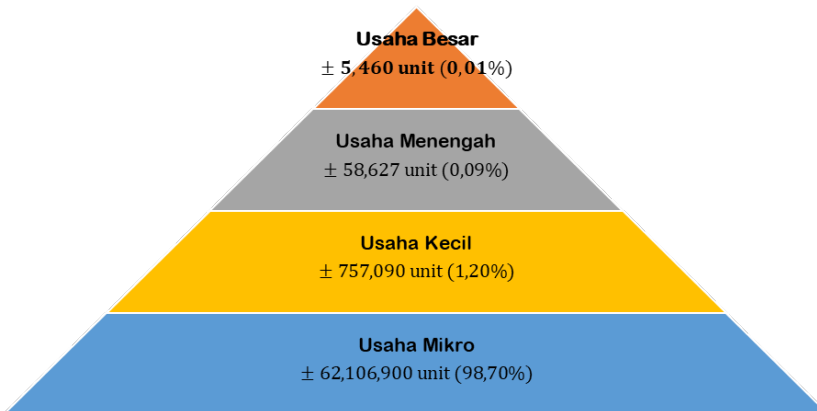
Asal usul strategi niche market sendiri awalnya didasarkan pada pernyataan seorang pakar pemasaran bernama Mark McGuinness bahwa "tidak mungkin menciptakan produk yang cocok untuk semua orang." Oleh karena itu, untuk mempermudah proses pelayanan dan mempermudah upaya kepuasan pelanggan, ada baiknya mengidentifikasi segmen sasaran konsumen potensial secara spesifik. Dengan menggunakan produk yang menargetkan pasar khusus, Anda lebih memperhatikan masalah konsumen.



**Gambar 1.** Ruang Lingkup Niche Market

## Pentingnya Mengenal Niche Market bagi UMKM

Kondisi Eksisting UMKM di Indonesia (Data BPS 2017)



**Gambar 2.** Kondisi Eksisting UMKM di Indonesia

Masalah UMKM terdiri dari:

1. Turunnya Permintaan
2. Pemasaran Produk

3. Akses Bahan Baku
4. Masih Rendahnya SDM

Dilihat dari kondisi di atas, tentunya sangat penting sekali bagi pelaku UMKM untuk mengubah cara pemasaran dan penjualannya. Sudah saatnya mengenal dan memulai suatu cara baru dalam bidang pemasaran, agar mereka dapat lebih berkembang dan dapat bersaing di dunia global.

## Keuntungan UMKM Memiliki Bisnis Online Niche Market

1. Potensi Pendapatan Tinggi  
Niche market bisa memberikan potensi pendapatan tinggi akibat dukungan dari komunitas dan trend permintaan pasar yang membuat produk spesifik banyak diminati.
2. Lebih Menikmati Pekerjaan  
Tak bisa dipungkiri niche market merupakan strategi yang sangat fleksibel untuk membangun bisnis online.
3. Proses Pemasaran Lebih Mudah  
Berbeda dari bisnis tradisional pada umumnya. Para pegiat bisnis online berbasis niche market awalnya memang bakal mengalami kendala dalam mencari pelanggan. Hal ini akibat dari terbatasnya konsumen yang bisa mereka sasar. Meski begitu, lambat laun pasar mereka bakal semakin berkembang karena pelanggan lama yang selalu kembali datang.

### **Pemasaran secara Offline**

Pemasaran offline mengacu pada upaya pemasaran yang dilakukan di luar ruang digital atau internet. Ini mencakup berbagai strategi dan teknik yang digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan kepada target pasar melalui saluran tradisional, seperti media cetak, media elektronik, acara langsung, dan promosi langsung.

Salah satu kelebihan dari promosi secara langsung antara lain mendorong interaksi fisik antara produk dengan konsumen atau calon konsumen. Mereka dapat melihat, menyentuh, dan menggenggam produk yang diinginkan. Cara ini bisa membangkitkan kepercayaan konsumen sehingga mendorong terjadinya transaksi jual beli saat itu juga.

Di sisi lain, promosi *langsung* atau kita sebut *offline* ini cenderung menghabiskan biaya lebih besar dibandingkan promosi yang *online* atau *tidak langsung*. Promosi ini juga memiliki jangkauan pemasaran dan promosi yang sangat terbatas. Kemudian kita harus melakukan pemantauan berkala untuk mencari tahu bagaimana dampak promosi terhadap penjualan. Strategi pemasaran *offline* yang efektif bagi pelaku usaha UMKM yang dapat dilakukan dengan:

1. Partisipasi dalam Pameran dan Bazaar: Ikuti pameran dagang, bazaar, atau pasar lokal yang relevan dengan produk Anda untuk memperluas jangkauan dan berinteraksi langsung dengan calon pelanggan.
2. Kemitraan dengan Toko Lokal: Jalin kerjasama dengan toko-toko lokal untuk menjual produk Anda di tempat-tempat fisik. Ini dapat membantu meningkatkan visibilitas produk di komunitas lokal.
3. Promosi di Acara Komunitas: Sponsori atau hadiri acara-acara komunitas seperti festival, konser, atau acara amal untuk memperkenalkan produk Anda kepada lebih banyak orang.
4. Media Tradisional: Gunakan media tradisional seperti iklan di surat kabar lokal, radio, atau brosur cetak untuk menjangkau audiens yang tidak terlalu aktif secara online.
5. Word of Mouth: Berikan pengalaman positif kepada pelanggan Anda sehingga mereka mau merekomendasikan produk Anda kepada teman dan keluarga mereka.

6. Packaging Menarik: Desain kemasan produk yang menarik dan eye-catching dapat membantu produk Anda menonjol di rak toko dan memikat konsumen untuk membelinya.
7. Merchandising atau promosi produk aspek penting dari strategi pemasaran yang berfokus pada penjualan produk. Ini berkaitan dengan tata letak, presentasi, dan pengelolaan produk di toko atau ruang ritel. Tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dengan menarik perhatian pelanggan, memudahkan proses pembelian, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Aktivitas merchandising meliputi pengaturan produk di rak, tampilan visual menarik, pilihan warna dan desain kemasan, serta strategi harga yang efektif. Merchandising yang baik dapat meningkatkan daya tarik dan penjualan produk. Merchandise dapat memperkuat pengalaman positif konsumen saat berbelanja. Mereka bisa memperoleh barang lebih dari harga yang dibayarkan sehingga mereka terus mengingat suatu merek maupun produk itu sendiri.

Perbedaan Pemasaran dengan cara Online dan Offline pada produk UMKM hasil Hilirisasi perlu kita pahami, supaya ketika kita memadukannya dapat terjadi harmonisasi. Berikut Tabel perbedaanya:

**Tabel 1.** Perbedaan Pemasaran Produk UMKM Hasil Hilirisasi dengan Metode *Offline* dan *Online*

	Uraian	<i>Offline</i>	<i>Online</i>
1	Jumlah Modal	Untuk pemasaran dengan cara <i>offline</i> akan menghabiskan anggaran lebih besar karena menggunakan media massa sebagai media promosi. contoh, harga untuk satu kali tayangan iklan di acara televisi bisa mencapai puluhan hingga ratusan juta rupiah.	Biaya yang dikeluarkan tidak sebesar pemasaran konvensional atau <i>offline</i> karena dilakukan melalui media internet.

2	Jangkauan Pemasaran	pemasarannya sangat terbatas karena dibutuhkan kehadiran fisik dari seseorang yang berperan sebagai sales atau produk dan media fisik untuk publikasi produk yang akan dipasarkan.	Siapapun dan dari manapun asalkan ada jaringan internet dapat mengakses bahkan tanpa harus bertemu dengan pihak yang memasarkan. Jangkauan dari pemasaran ini tak terbatas.
3	Waktu	Pemasaran secara <i>offline</i> atau konvensional ini sangat terikat dengan waktu, di mana pesan akan tersampaikan hanya ketika brand menjalankan promosi atau penjualan.	Pemasaran digital akan terus berjalan ketika brand tidak melakukan aktifitas apapun. Orang bisa mengakses kapanpun content marketing tanpa brand harus bergerak sendiri.
4	Sistem Pemasaran	sistem pemasaran secara konvensional atau <i>offline</i> ini butuh marketing kit yang dapat berupa fisik seperti brosur, baliho, videotron, dan sebagainya. Juga membutuhkan tenaga kerja yang tidak sedikit, karena kampanye harus dilakukan secara langsung.	Sistem pemasaran online tidak memerlukan berbagai hal seperti mencetak brosur, menyiarkan secara langsung, bertemu tatap muka. Sehingga biaya dapat dipangkas lebih hemat.
5	Sistem Pembayaran dan Pembelian	Pembelian produk lebih cenderung dilakukan melalui tools atau secara langsung	untuk pembelian dilakukan pada toko fisik dari penjual.

Dengan menggabungkan strategi pemasaran online dan offline, UMKM hasil hilirisasi dapat mencapai sasaran yang lebih luas dan memperkuat kehadiran merk mereka di pasar. Kedua strategi pemasaran ini wajib dilakukan bersamaan agar promosi penjualan berjalan lebih efektif dan efisien. Dengan memperhatikan karakteristik masing-masing metode baik *offline* maupun *online* agar diperoleh hasil yang optimal.

## Daftar Pustaka

S Octavia, S Pangestika, S Nurlaila, I Cahyadi. 2023. MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM

DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DAN APLIKASI CANVA. *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis*. Univ. Bhayangkara.

Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153. Retrieved from [https://www.academia.edu/42672824/Dampak\\_Covid-19\\_Terhadap\\_UMKM\\_di\\_Indonesia](https://www.academia.edu/42672824/Dampak_Covid-19_Terhadap_UMKM_di_Indonesia)

Bruno, L. (2019). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.

Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>

<https://smallseotools.com/view-report/7b5c110d2527c0f7012b9db749a31d1c>.

## Biografi



**Sri Setiawati, S.Pd., M.M.**, memperoleh Sarjana Pendidikan Akuntansi dari Universitas Negeri Jakarta (UNJ) dan Magister Manajemen dari STIMA IMMI Jakarta mendalami Profesi sebagai Tenaga Ahli Kementerian dan Pendamping UMKM dan Wirausaha Baru baik di Pemerintah Pusat maupun Daerah seperti Dinas Koperasi dan UMKM Pemerintah Kota Depok, serta Doktorat Ilmu Manajemen

Konsentrasi Manajemen Keuangan di Universitas Pakuan Bogor. Penulis merupakan dosen. Selain menjadi dosen, penulis juga aktif melakukan kegiatan penyuluhan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM, Wirausaha Baru dan Pelaku Ekonomi Kreatif dari wilayah desa sampai kota. Penulis melakukan berbagai riset khususnya berkaitan dengan Manajemen Keuangan UMKM dan bersama dengan tim menghasilkan aplikasi keuangan untuk pelaku UMKM,



Wirausaha Baru dan Ekonomi Kreatif dengan nama KASKITA dan beberapa karya ilmiah berupa jurnal baik Internasional maupun Nasional terakreditasi yang telah dipresentasikan di pertemuan ilmiah maupun penerbitan di jurnal ilmiah. Mulai tahun 2015 hingga sekarang, Penulis juga telah membuat modul Manajemen Keuangan dengan judul Manajemen Keuangan Bagi Pelaku Usaha Pemula dan telah mendapatkan ISBN dan HKI tahun 2019. Kemudian yang terbaru tahun 2021, menghasilkan jurnal ilmiah berreputasi terindex Scopus Q4 sebagai penulis 1 dengan judul *Identification of Distribution Channels In The Supply Chain Of Rice, Chili, Onion, Beef And Chicken Meat, Depok City*.



**Santi Octavia, S.E. M.Si.**, Lahir Di Kota Palembang, Sumatera Selatan. Penulis memperoleh Sarjana Ekonomi dan Koperasi di Institute Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) Sekarang Universitas Koperasi Indonesia. Kemudian Penyelesaikan Program Pasca Sarjananya di Institute Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN). Sejak kuliah aktif di organisasi kampus dan menjadi Asisten

Dosen. Penulis saat ini selain menjadi Dosen juga adalah Tenaga Ahli di Kementerian Dalam Negeri, Kementerian Desa dan Kemenko PMK. Selain sering menjadi Narasumber untuk pelaku UMKM juga Aparatur Pemerintahan. Bersama rekan Dosen dan Tenaga Ahli menghasilkan beberapa kajian, Buku dan jurnal yang sebagian telah diterbitkan. Penulis juga telah membuat modul Teori Organisasi, Asuransi Kebencanaan, dan Kewirausahaan Pemuda.



**Dr. Hj. Amanda Lestari Putri Lubis, S.H., M.Kn.,** Lahir di Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Seorang Penulis dan Dosen Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia (STIE MBI) pengampu mata kuliah Aspek Hukum Dalam Bisnis (AHDB). Penulis menamatkan Pendidikan Program

Sarjana (S1) pada Prodi Ilmu Hukum di Universitas Lambung Mangkurat (UNLAM), dan melanjutkan Program Magister (S2) di Universitas Indonesia (UI) Prodi Kenotariatan serta menyelesaikan Program Doktor (S3) di Universitas Trisakti pada Prodi Ilmu Ekonomi.

Penulis juga aktif memberikan penyuluhan dan pendampingan kepada pelaku usaha UMKM dan masyarakat pada umumnya. Penulis melakukan beberapa riset yang dituangkan dalam karya ilmiah berupa Buku yang telah mendapatkan ISBN berjudul “Komparatif Asuransi Syariah & Konvensional di Indonesia” dan “Upaya dan tindakan hukum: dalam kasus penyalahgunaan kewenangan”, selain hal tersebut beberapa karya ilmiah berupa jurnal baik Internasional maupun Nasional terakreditasi yang telah dipresentasikan di pertemuan ilmiah maupun penerbitan di jurnal ilmiah. Penulis juga telah membuat modul Manajemen Pemasaran, Pendidikan Kewarganegaraan, Modul Prilaku Konsumen.



**Rina Apriliani, S.E., M.M.,** Lahir Di Kota Klaten, Jawa Tengah. Penulis menamatkan Pendidikan Program Sarjana (S1) Sarjana Pendidikan di Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Banten (STKIP) Kemudian menyelesaikan Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia (STIE MBI) dan melanjutkan

Program Pasca Sarjana di STIMA IMMI Jakarta. Penulis juga seorang

pelaku Wirausaha dan Dosen pada Kampus STIE MBI Pengampu Mata kuliah Manajemen Keuangan (MK) dan Lab. Manajemen Keuangan (LMK). Penulis juga merupakan k.a Biro keuangan dikampus STIE MBI. Penulis masih aktif sebagai Pengurus koperasi di Kota Depok. Penulis juga melakukan kegiatan penyuluhan dan pendampingan untuk para wirausaha baru dan para pelaku UMKM, sampai saat ini penulis masih aktif di Asosiasi Dosen PKM Indonesia sebagai Reviewer periode tahun 2024 sampai tahun 2028. selain itu penulis masih aktif di PDPTN wilayah Propinsi Jawa Barat. Penulis bersama rekan dosen melakukan beberapa riset yang dituangkan dalam beberapa karya ilmiah berupa jurnal baik Internasional maupun Nasional terakreditasi yang telah dipresentasikan di pertemuan ilmiah maupun penerbitan jurnal ilmiah, mulai tahun 2017 hingga sekarang.



## BAB 5

# TANTANGAN DAN HAMBATAN DALAM HILIRISASI HASIL BUMI

Rahayu Tri Utami, M.Si.

Ria Estiana, S.Pt., M.M.

Pemerintah Indonesia dalam menetapkan dari 21 komoditas salah satunya adalah sektor pertanian. Selain itu komoditas lain selain dari sector pertambangan, perkebunan dan kelautan dapat melakukan hilirasi. Tren kebijakan pemerintah beberapa waktu terakhir dengan hilirasi sebagai proses pengolahan bahan mentah untuk menjadi produk turunan yang bernilai tambah.

Hilirasi di bidang pertanian otomatis menjadi salah satu kunci kesejahteraan bagi petani sebagai proses yang memberi nilai tambah. Keuntungan yang diterimanya lebih kecil, mengingat selama ini petani cenderung menjual produknya secara langsung di saat panen berupa jeruk lemon dan kentang. Jika hilirasi dilakukan, maka petani dapat difasilitasi untuk meningkatkan pendapatan yang diterima secara signifikan. Semua tahu bahwa menjual barang mentah pasti lebih murah ketimbang menjual barang jadi atau setengah jadi. Petani

memerlukan pemberian nilai tambah yang konkret pada produk yang dihasilkannya dalam sektor pertanian. Pengertian nilai tambah (*value added*) adalah suatu komoditas yang bertambah nilainya karena melalui proses pengolahan, pengangkutan ataupun penyimpanan dalam suatu produksi.

Dalam kaitannya dengan komoditas pertanian, Jeruk merupakan salah satu jenis buah dengan rasa yang segar dan kandungan vitamin C yang sangat kaya sehingga sangat nikmat untuk langsung dikonsumsi, namun perkiraan masyarakat di Daerah Pengalengan Bandung Jawa Barat  $\pm$  2 tahun mendatang jeruk di Desa Wisata Margalayu akan panen raya sehingga harga jeruk cenderung turun dan mengakibatkan kerugian bagi petani. Salah satu bentuk pemberdayaan yang akan dilakukan untuk menghindari kerugian yang diakibatkan panen raya adalah dengan menggunakan pemanfaatan jeruk yang akan dikelola menjadi produk jeruk dan turunannya sebagai bentuk hilirisasi tanaman jeruk.



**Gambar 1.** Perkebunan Jeruk Milik Masyarakat di Desa Margalayu

*Sumber: Observasi Desa Margalayu, Pengalengan Bandung (2024)*

Petani Jeruk dapat memberdayakan hasil panen raya menjadi nilai tambah yang di peroleh dari hasil hilirisasi sehingga dapat memberikan keuntungan nyata bagi para petani jeruk, memudahkan distribusi dan bahkan menciptakan lapangan kerja baru bagi penduduk di Desa Margalayu. Beberapa hasil hilirisasi jeruk dapat diolah menjadi beragam cemilan, minuman, dodol dan lain lain.

Menurut Elizabeth & Anugrah (2020), jika hasil panen dapat diolah maka akan menghasilkan nilai tambah dan nilai jual yang lebih tinggi dengan proses hilirisasi, proses integrasi berbagai kegiatan dimulai dari bahan baku mentah menjadi produk olahan. Yusmeidi (2020), hilirisasi merupakan kegiatan penambahan teknologi yang dapat mengubah bentuk dari produk primer menjadi produk baru, sehingga dapat meningkatkan nilai tambah.

Beberapa persoalan yang dihadapi petani jeruk didalam pelaksanaan hilirisasi tanaman jeruk bahwa petani belum pernah melakukan hilirisasi jeruk, sehingga para petani masih membutuhkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mendukung strategi hilirisasi tersebut. Pelaksanaan hilirisasi tanaman jeruk di Desa Margalayu, Pengalengan Bandung membutuhkan strategi. Strategi menurut Armstrong (2011), merupakan cara pencapaian dalam memaksimalkan tujuan yang unggul, sehingga dengan strategi dapat mengatasi permasalahan yang akan terjadi saat hasil panen berlimpah melalui proses hilirisasi produk.

## | Tantangan Pasar

Salah satu faktor pendorong perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini banyaknya usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang sedang bertumbuh. Pengertian berdasarkan Undang-Undang No 20 tahun 2008 yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan sektor yang

mampu bertahan di tengah perekonomian yang krisis. Krisis ekonomi tersebut tidak membuat jumlah UMKM mengalami penurunan, tetapi justru semakin bertambah. UMKM mampu bertahan meskipun pengelolaan manajemennya sederhana. Usaha Mikro kecil menengah di Indonesia saat ini mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang cukup pesat. Data dari Badan Pusat Statistik tahun 2017-2018 menunjukkan usaha mikro mengalami peningkatan sebesar 2%, usaha kecil sebesar 3,44 %, usaha menengah 3,45 % (Badan Pusat Statistik, 2018). Peningkatan jumlah UMKM berpengaruh terhadap perekonomian bangsa. Usaha Mikro kecil Menengah merupakan salah satu sektor yang menyumbang PDB terbesar Di Indonesia yaitu sekitar 60%. Selain itu, UMKM membuka peluang kerja bagi masyarakat luas sehingga mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia.

Tantangan pada sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) harus segera dijawab dengan langkah dan strategi yang tepat, agar mampu akselerasi pertumbuhan di sektor ekonomi kerakyatan tersebut. “Sejumlah tantangan di sektor UMKM nasional akan menjadi peluang untuk tumbuh bila kita serius dalam upaya mewujudkan berbagai langkah yang konsisten untuk menjawabnya.

Catatan Departemen Pengembangan UMKM dan Perlindungan Konsumen Bank Indonesia pada Agustus tahun lalu menyebutkan setidaknya ada empat tantangan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia pada 2024. Tantangan tersebut yaitu mempertahankan UMKM dalam ekosistem digital, meningkatkan kapasitas, kualitas, dan produktivitas agar berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional, memperluas akses keuangan karena baru 25% UMKM Indonesia yang memiliki akses keuangan, serta menerapkan proses ramah lingkungan dalam produktivitas mereka.

Pemanfaatan teknologi digital membuka peluang sektor UMKM untuk akselerasi pertumbuhannya lebih besar. Sehingga upaya untuk mempertahankan sektor UMKM tetap dalam ekosistem digital harus konsisten dilakukan melalui sosialisasi dan edukasi

literasi digital yang masif dan berkesinambungan. Membuka lebih lebar akses keuangan terhadap UMKM sangat penting dalam upaya mengantisipasi akselerasi pertumbuhan yang terjadi. Peningkatan kapasitas pengetahuan para pelaku UMKM terkait tren yang terjadi pada pasar global, juga diperlukan sehingga produk yang dihasilkan dapat lebih ramah bagi pasar global.

Isu bahan baku yang ramah lingkungan, saat ini tengah menjadi perhatian konsumen dan masyarakat di berbagai belahan dunia. Para pemangku kepentingan di tingkat pusat dan daerah dapat terus berkolaborasi dengan baik untuk mengambil langkah yang tepat agar mampu menjawab sejumlah tantangan yang dihadapi sektor UMKM di tanah air.

Diharapkan mampu ikut menopang pertumbuhan perekonomian nasional yang berujung pada pemerataan kesejahteraan rakyat yang lebih baik.

## | Tantangan Teknologi

Transformasi digital yang setiap hari makin maju dan canggih memang memiliki banyak sekali manfaat untuk perkembangan dunia bisnis saat ini. Teknologi dapat menghemat waktu, tenaga, serta biaya dengan hasil yang cukup maksimal. Namun, transformasi ini bisa menjadi sebuah tantangan yang cukup berarti apabila bisnis yang dijalankan tidak dapat mengikutinya. Apalagi, adanya ketakutan untuk mengubah cara-cara lama akan menimbulkan kekhawatiran apabila transformasi yang dilakukan tidak sesuai dengan yang diharapkan atau justru gagal. Hal ini perlu disikapi dengan rasa optimis yang tinggi dan pantang menyerah. Sebuah bisnis harus bisa menyesuaikan diri dengan teknologi yang terus berkembang. Pemilik bisnis akan dituntut untuk terus belajar dan belajar. Memang terdengarnya akan menguras waktu dan tenaga, namun apabila berhasil nantinya akan sangat mempermudah jalannya bisnis.



Kecepatan Layaknya teknologi yang menuntut pemilik bisnis untuk adaptif, masyarakat saat ini pun menuntut produk dan layanan yang serba cepat serta praktis. Dan jika pemilik bisnis tidak dapat memenuhi keinginan ini, konsekuensinya bisnis akan ditinggalkan oleh konsumen secara perlahan. Pemilik bisnis dapat mengatasinya dengan berkolaborasi dengan teknologi yang ada saat ini. Bisnis yang dipadukan dengan teknologi dapat melaju lebih pesat karena mengikuti perkembangan pasar. Salah satu pemanfaatan teknologi adalah otomatisasi dalam mengelola sumber daya perusahaan, seperti penggunaan aplikasi berbasis cloud dalam mengelola karyawan, aplikasi keuangan, dan juga aplikasi pengarsipan.

Sumber Daya Manusia Teknologi sudah diadopsi dalam bisnis, namun masih ada beberapa pekerjaan rumah lagi yang harus diselesaikan, yakni membuat sumber daya manusia yang dipekerjakan juga adaptif terhadap teknologi tersebut. Jangan sampai biaya besar yang dikeluarkan untuk pembaharuan teknologi malah tidak dapat dioptimalkan karena orang-orang yang terlibat tidak mampu untuk menggunakannya. Sebuah bisnis yang ingin berjalan secara profesional dan berkembang butuh untuk merekrut sumber daya manusia yang memiliki kemampuan yang mencukupi. Selain itu, pemilik bisnis juga sebaiknya memberikan pelatihan tambahan serta melakukan upgrade keilmuan secara berkala untuk menyesuaikan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

### **Masyarakat yang Senantiasa Berubah**

Selain menginginkan hal secara cepat dan praktis, tantangan dari masyarakat saat ini adalah karena mereka senantiasa berubah, baik dari segi selera, keinginan dan kebutuhan. Masyarakat saat ini mudah sekali merasa bosan dengan satu hal dan mempunyai keinginan yang cukup kompleks. Mereka pun lebih pintar dalam memilih mana produk yang sesuai dengan mereka, dan mana yang tidak. Ini menjadi tantangan karena menuntut pemilik bisnis untuk lebih sering memutar otak dan berinovasi dalam menciptakan produk serta jasa.

Pemilik bisnis juga dituntut untuk berpikir *out of the box* agar dapat menghasilkan sesuatu yang unik dan tidak biasa. Namun, tantangan ini justru bisa bermanfaat di masa depan. Usaha-usaha yang dilakukan pemilik bisnis untuk terus berinovasi akan meningkatkan pengetahuan mengenai pasar serta produk. Dan tentu saja hal ini mampu memberikan keuntungan yang lebih maksimal kedepannya.

### **Persaingan Semakin Tinggi**

Lagi-lagi teknologi mempunyai pengaruh dalam hal ini. Teknologi canggih mampu mengintegrasikan saluran bisnis sehingga dapat dilakukan tanpa batasan ruang dan waktu. Efeknya, sebuah bisnis bisa menjalin kerja sama dengan bisnis lain di belahan dunia mana saja. Dan tentu saja, sebuah bisnis juga mendapatkan kompetitor dari berbagai bisnis lain di belahan dunia mana saja pula. Jika tidak dibarengi dengan inovasi yang terus menerus, maka bisnis akan tertinggal dari kompetitor. Selain itu, tantangan lain yang kerap ditemui ketika berhubungan dengan kompetitor adalah bagaimana caranya untuk bersaing secara sehat. Karena pada dasarnya hal tersebut memang sangat penting untuk diterapkan. Jika mampu bersaing dengan sehat, maka akan terbentuk iklim yang baik dalam bisnis.

### **Zero-Surveillance**

Bisnis saat ini bisa dilakukan dan dikontrol dari jarak yang cukup jauh menggunakan website, e-mail, dan fitur chatting. Permasalahan yang kerap terjadi dengan metode komunikasi jarak jauh ini adalah hilangnya sosok pemimpin atau bisa disebut zero-surveillance. Pemilik bisnis kerap berkomunikasi dengan karyawannya hanya mengenai hal-hal yang berhubungan bisnis. Padahal karyawan membutuhkan keakraban dengan pemimpinnya untuk menjalin komunikasi yang baik dan menambah semangat untuk bekerja. Namun, dengan konsep zero-surveillance sebenarnya menjadi peluang dalam mengembangkan bisnis di era digital. Pegawai pada perusahaan lebih leluasa dalam mengembangkan kreativitas dan

peran penting tidak hanya dipegang oleh pemimpin namun semua unit karyawan sehingga kinerja perusahaan dapat lebih produktif.

## | Tantangan Regulasi

Pemerintah menaruh perhatian yang sangat besar terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Lewat pelbagai regulasi, dukungan dan fasilitasi mulai dari awal pendirian hingga pengembangan usaha telah dilakukan akan tetapi UMKM masih belum tumbuh sesuai ekspektasi. Hal ini yang mendorong perlunya dilakukan evaluasi terhadap peraturan perundang-undangan yang mengatur terkait UMKM.

Usia UU Nomor 20 Tahun 2008 sudah 15 tahun dan sudah banyak dinamikanya. Dilihat dari efektivitasnya, perlu dilakukan analisis dan evaluasi untuk menilai kinerja UU Nomor 20 Tahun 2008. salah satu langkah konkret untuk mengoptimalkan pemberdayaan dan pengembangan pelaku UMKM bergantung pada regulasi yang mendukungnya. Dari usianya, payung hukum UMKM sebagaimana UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, dipandang perlu dilakukan pembaharuan. Usia UU Nomor 20 Tahun 2008 sudah 15 tahun dan sudah banyak dinamikanya. Dilihat dari efektivitasnya, perlu dilakukan analisis dan evaluasi untuk menilai kinerja UU Nomor 20 Tahun 2008.

Tahun 2023 melakukan analisis dan evaluasi terhadap peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan UMKM lewat Kelompok Kerja (Pokja). Analisis dan Evaluasi Hukum Nasional UMKM yang beranggotakan dari Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Bank Indonesia, dan Otoritas Jasa Keuangan. Temuan awal Pokja, ada sejumlah isu krusial yang menjadi tantangan dalam pengembangan dan pemberdayaan pelaku UMKM. Terkait dengan perubahan kriteria UMKM, bentuk pendampingan yang diberikan pemerintah baik di pusat maupun

daerah, penggunaan teknologi digital dalam aktivitas UMKM, dan kendala terkait peningkatan daya saing dan ketahanannya.

Ada persoalan lain yang menonjol seperti persoalan akses kepada modal, keterbatasan kemampuan sumber daya manusia (SDM), pengembangan produk dan pemasaran. Selain itu, soal aspek legalitas maupun perpajakan serta minimnya pelaku UMKM yang berhasil menembus pasar ekspor. Terdapat pula persoalan berupa belum idealnya konsep dan pola kemitraan antara kegiatan UMKM dengan kegiatan skala usaha besar.

Nyoman Prabu Buana Rumiarta menjelaskan, sebagian pengaturan dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 telah diubah dan dihapus lewat UU Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang. Berdasarkan analisis yang dilakukannya, perubahan kriteria UMKM yang diatur dalam peraturan baru tersebut belum diikuti dengan penyesuaian kriteria UMKM yang diatur dalam peraturan pelaksana, yakni PP Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM. Pada kriteria UMKKM yang ditekankan pendekatan nilai penjualan dan nilai aset, sementara PP Nomor 7 Tahun 2021 menggunakan kriteria nilai penjualan dan modal. Konteks kriteria dan konsistensi penerapannya akan menentukan seberapa efektif kebijakan, program, dan sasaran dalam pengembangan UMKM mengingat tingkat heterogen UMKM yang sangat tinggi.

## Daftar Pustaka

- Lina Rifda Naufalin. 2020. TANTANGAN PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN BANYUMAS, Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA) Volume 22 No 1.
- M. Kwartono Adi. 2007. Analisis Usaha Kecil Dan Menengah. Yogyakarta: Penerbit CV. Andi Offset.

- M. Tohar. 2001. *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Rafika Sari, dkk., 2021. SOSOALISASI TANTANGAN USAHA KECIL DI ERA DIGITAL PADA PELAKU USAHA KECIL DI KELURAHAN KENTEN PALEMBANG, Suluh Abdi: *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat Volume 3, No. 2*. Hal 89 – 93. [https://jurnal.um-palembang.ac.id/suluh\\_abdi/article/view/3971/2614](https://jurnal.um-palembang.ac.id/suluh_abdi/article/view/3971/2614)
- Sry Rosita, Johannes, Ade Titinifita, Sylvia Kartika WB dan Sumarni. 2021. Strategi Hilirisasi Produk Dalam Mengatasi Produksi Yang Berlimpah Untuk Tanaman Jeruk Di Kecamatan Bukit Kerman, Kabupaten Kerinci, *Jurnal Karya Abdi, Volume 5 Nomor 3*. <https://online-journal.unja.ac.id/JKAM/article/view/16201/12269>
- Zulkarnain. 2006. *Kewirausahaan Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Dan Penduduk Miskin*. Yogyakarta: Penerbit Adi Cipta Karya Nusa.

## Biografi



**Rahayu Tri Utami, M.Si.**, seorang Penulis dan Dosen Prodi Manajemen Retail di Universitas Ichsan Satya. Lahir di Tangerang, 01 Agustus 1974 Banten. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Alm. Drs H Sugeng Rahono, BS.c dan Ibu Hj Hartati, ia menamatkan pendidikan program Sarjana (S1) di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Banten (STIABANTEN) dengan Prodi Admnistrasi Bisnis dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia di Jakarta dengan Prodi Admnistrasi Publik dan salah satu Assesor dengan bidang Administrasi. Email: [ayyu.sam@gmail.com](mailto:ayyu.sam@gmail.com). Alamat website: [goresan tangankoe](https://www.youtube.com/results?search_query=ayu+sambodja). Channel Youtube: [https://www.youtube.com/results?search\\_query=ayu+sambodja](https://www.youtube.com/results?search_query=ayu+sambodja)



**Ria Estiana, S.Pt., M.M.**, Penulis lahir di Jakarta, 27 Januari 1985. Saat ini penulis tercatat sebagai dosen tetap di Politeknik LP3I Jakarta, Prodi Administrasi Bisnis D3, mengampu mata kuliah Manajemen Sumber Daya Manusia, Pengembangan Karakter, dan Kewirausahaan. Penulis juga saat ini menjadi Asesor Kompetensi Administrasi Perkantoran, Sertifikasi BNSP Pendamping UMKM, Sertifikasi BNSP Digital Marketing, Instruktur LKP Bumi Kreatif Institut (BKI) dan reviewer Jurnal Lentera Bisnis Politeknik LP3I Jakarta serta Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entreprenur (JEBDEKER) STIE Surakarta. Penulis berdomisili di Teluk Jambe Timur, Karawang. Email: [ria.estiana@gmail.com](mailto:ria.estiana@gmail.com)





## BAB 6

# PENGEMBANGAN PRODUK UMKM BERBASIS HASIL BUMI

Dr. Ir. Maya Syafriana Effendi, M.M.

Di Desa Wisata Margaluyu, ada upaya nyata untuk mengubah sumber daya alam menjadi fondasi keberlanjutan hidup yang menginspirasi dalam cerita ini. Desa ini, terletak di lereng yang subur dan hijau, bukan hanya tempat untuk menikmati pemandangan alam yang indah, tetapi juga rumah bagi orang-orang yang berjuang untuk mendapatkan uang sendiri. Desa Margaluyu memulai usaha mereka dengan tekad yang teguh dan semangat gotong royong yang mengagumkan dengan konsep hilirisasi hasil bumi. Tujuan mereka adalah untuk mengubah potensi lokal menjadi peluang ekonomi yang berkelanjutan, khususnya bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di daerah tersebut (*Website Resmi Desa Margaluyu*, n.d.)

Buku berjudul "Hilirisasi Hasil Bumi Desa Wisata Margaluyu Menuju UMKM Mandiri" membahas upaya Desa Margaluyu untuk mengubah hasil bumi mereka menjadi kekuatan ekonomi yang mandiri. Desa ini maju dengan tekad kuat untuk mengembangkan potensi lokal menjadi produk bernilai tambah dengan latar belakang keberlimpahan sumber daya alam. Langkah pertama adalah



memahami dan mengidentifikasi berbagai jenis hasil bumi yang dapat dimanfaatkan, mulai dari rempah-rempah, sayuran, dan produk peternakan yang berkualitas tinggi.

Pengolahan hasil bumi bukan satu-satunya tujuan perjalanan; itu juga mencakup memberikan kesempatan ekonomi bagi penduduk setempat. Desa Margaluyu ingin mendorong UMKM lokal untuk menjadi mandiri secara ekonomi dan mengurangi ketergantungan mereka pada pertanian konvensional. Salah satu tujuan dari proses hilirisasi hasil bumi Desa Margaluyu adalah untuk meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang semakin sengit (Badan Pusat Statistik, 2024).

Desa Margaluyu percaya bahwa mereka akan mencapai tujuan dengan semangat gotong royong dan dukungan yang solid, meskipun perjalanan ini penuh dengan tantangan.

### **Pengembangan Produk UMKM Berbasis Hasil Bumi di Desa Margaluyu**

Bab ini akan membahas upaya Desa Margaluyu untuk mengembangkan produk UMKM yang didasarkan pada kekayaan hasil bumi. Desa ini memiliki banyak berbagai jenis hasil bumi, mulai dari sayuran organik hingga rempah-rempah tradisional. Mengetahui sumber daya alam yang tersedia dan memahami pasar yang potensial adalah tahap awal dalam pengembangan produk. Setelah mengetahui hal ini, penduduk Desa Margaluyu mulai mengolah hasil bumi mereka menjadi berbagai produk berharga tambahan, seperti makanan olahan, barang buatan tangan, dan kosmetik alami.

Namun, proses produksi bukan satu-satunya aspek pengembangan produk. Dalam setiap tindakan, Desa Margaluyu mengutamakan keberlanjutan dan kearifan lokal. Penduduk Desa Margaluyu berusaha menggunakan bahan-bahan organik dan teknik produksi yang ramah lingkungan sambil mempertahankan keaslian dan keunikan produk mereka. Mereka juga menggali cerita dan budaya lokal untuk menggabungkannya ke dalam identitas produk

mereka, sehingga setiap produk memiliki nilai sosial dan budaya yang kuat selain nilai ekonomi.

Melalui pengembangan produk UMKM berbasis hasil bumi, Desa Margaluyu berharap dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat lokal serta memperkuat hubungan antara komunitas dan lingkungan sekitarnya. Desa Margaluyu memberikan inspirasi bagi desa lain untuk membangun ekonomi lokal yang berkelanjutan dan inklusif dengan semangat inovasi dan kerja sama yang erat (Roosdiana & Effendi, 2021).

## Diversifikasi Produk

Strategi diversifikasi produk sangat penting untuk meningkatkan pangsa pasar dan meningkatkan nilai tambah dalam pengembangan produk UMKM yang berbasis hasil bumi di Margaluyu. Langkah pertama adalah menentukan potensi hasil bumi Margaluyu yang melimpah, seperti sayuran, buah-buahan, rempah-rempah, ikan, dan hasil peternakan. Setelah mengetahui potensi ini, langkah berikutnya adalah menghasilkan berbagai jenis produk, baik makanan maupun non-makanan. Produk olahan makanan seperti keripik, manisan, atau jus dapat dibuat dari buah-buahan dan sayuran, sementara produk non-makanan seperti kerajinan tangan yang dibuat dari bahan-bahan Untuk memastikan produk berkualitas tinggi dan daya saing yang kuat, penting untuk menekankan pentingnya inovasi dalam proses produksi. Seseorang dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam mengubah hasil bumi menjadi produk bernilai tambah dengan bekerja sama dengan ahli di bidang teknologi pangan dan agrikultur. Identitas merek yang kuat dan strategi pemasaran yang efektif akan membantu produk UMKM berbasis hasil bumi Margaluyu menjadi lebih dikenal oleh konsumen. Ini akan mendorong pertumbuhan bisnis UMKM dan kesejahteraan masyarakat setempat secara keseluruhan (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024).

Tahapan-tahapan dalam Disersifikasi Produk terdiri dari:

1. Identifikasi Potensi Produk dengan melakukan:
  - a. Pemetaan Hasil Bumi Desa Margaluyu: Mengidentifikasi jenis hasil bumi yang tersedia di desa, termasuk kualitas, jumlah produksi, dan musim panen(Badan Pusat Statistik, 2024)
  - b. Analisis Pasar: Mempelajari permintaan pasar untuk produk berbasis hasil bumi, termasuk tren, preferensi konsumen, dan potensi pasar baru.
  - c. Analisis SWOT: Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait.
2. Pengembangan Ide Produk:
  - a. Brainstorming: Berkumpul dengan pelaku UMKM, masyarakat desa, dan pemangku kepentingan lainnya untuk menghasilkan ide produk baru.
  - b. Mengevaluasi ide produk berdasarkan kelayakan teknis, kelayakan ekonomi, dan kesesuaian pasar.
  - c. Memprioritaskan ide produk yang paling menjanjikan untuk pengembangan lebih lanjut.
3. Pengembangan Produk: dengan melakukan:
  - a. Melakukan penelitian dan pengembangan untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi yang sesuai dengan permintaan pasar;
  - b. Desain dan Pengemasan: Membuat produk dan kemasan yang menarik dan informatif untuk meningkatkan daya tarik produk;
  - c. Menetapkan harga produk yang kompetitif dan menguntungkan bagi UMKM.
4. Promosi dan Pemasaran:
  - a. Menciptakan merek yang kuat untuk produk UMKM di desa Margaluyu.

- b. Mempromosikan produk melalui berbagai platform, seperti pameran UMKM, media sosial, dan website.
  - c. Membangun jaringan distribusi untuk memasarkan produk kepada pelanggan di berbagai daerah.
5. Pengawasan dan evaluasi harus dilakukan dengan cara berikut:
- a. Melacak penjualan produk untuk mengukur keberhasilan diversifikasi produk;
  - b. Mengumpulkan umpan balik dari konsumen untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan; dan
  - c. Melakukan evaluasi berkala terhadap program diversifikasi produk untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitasnya.

## | Pengemasan dan Branding

Dalam pengembangan produk UMKM berbasis hasil bumi di Margaluyu, dua komponen penting adalah pengemasan dan branding. Pengemasan yang efektif membuat produk lebih menarik dan melindunginya. Dalam hal ini, keberlanjutan, estetika, dan fungsionalitas harus menjadi prioritas dalam pengemasan. Penggunaan pengemas ramah lingkungan seperti kertas daur ulang atau bahan biodegradable dapat membantu mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Desain kemasan juga harus menarik dan informatif selain menyertakan informasi penting tentang produk, seperti bahan-bahan, tanggal kedaluwarsa, dan nilai gizi jika relevan. Selain itu, kemasan harus mencerminkan identitas lokal Margaluyu. Ini dapat dicapai dengan menggunakan motif tradisional atau menceritakan kisah tentang asal-usul produk (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024).

Branding, di sisi lain, adalah proses menciptakan persepsi konsumen tentang merek dan identitasnya. Branding yang baik dapat meningkatkan kesadaran konsumen dan loyalitas terhadap merek. Branding produk UMKM di Margaluyu dapat dilakukan dengan menonjolkan keunikan dan keaslian produk hasil bumi

lokal. Misalnya, menggunakan nama lokal atau cerita rakyat dalam merek produk dapat membuat produk lebih menarik bagi pelanggan. Selain itu, strategi branding harus memasukkan berbagai saluran pemasaran, seperti media sosial, pasar tradisional, pameran produk, dan toko online. Penggunaan media sosial yang efektif dapat membantu menjangkau pelanggan yang lebih besar dan membangun komunitas yang setia. Untuk membangun identitas yang kuat dan mudah dikenali, branding harus konsisten di semua materi promosi dan platform.

Secara keseluruhan, pengemasan dan branding yang baik tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk tetapi juga memainkan peran penting dalam membangun reputasi UMKM di Margaluyu. Dengan menggabungkan kualitas kemasan yang unggul dan strategi branding yang kuat, produk UMKM berbasis hasil bumi di Margaluyu dapat lebih mudah bersaing di pasar yang lebih luas dan mendapatkan tempat di hati pelanggan.

Dalam upaya untuk menghilirisasi hasil bumi Desa Wisata Margaluyu menuju UMKM Mandiri, tahapan berikut merupakan lanjutan dari Diversifikasi Produk Pertanian Desa Margaluyu, termasuk melakukan pengemasan dan branding (Kementerian Perindustrian, 2024):

1. **Perancangan Kemasan** (Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), 2024)
  - a. Menentukan Tujuan Kemasan: seperti melindungi produk, memberikan informasi produk, menarik perhatian konsumen, dan meningkatkan citra merek.
  - b. Memilih Bahan Kemasan: yang sesuai dengan jenis produk, karakteristik produk, dan tujuan kemasan.
  - c. Merancang Desain Kemasan: yang menarik, informatif, dan sesuai dengan identitas merek UMKM.
  - d. Membuat Prototipe Kemasan: untuk menguji dan menyempurnakan desain sebelum produksi massal.

2. **Branding Produk** (Kementerian Perindustrian, 2024)
  - a. Membangun Identitas Merek yang kuat dan unik untuk produk UMKM.
  - b. Membuat Logo dan Merek Dagang: yang mudah diingat dan mencerminkan identitas merek.
  - c. Mengembangkan Pesan Merek: yang jelas dan menarik untuk menyampaikan nilai produk kepada konsumen.
  - d. Membangun Komunikasi Merek: yang konsisten dan terarah melalui berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, website, dan iklan.
3. **Penerapan Kemasan dan Branding** (Asosiasi Desain Grafis Indonesia (ADGI), 2024)
  - a. Memproduksi kemasan produk dengan kualitas yang tinggi dan sesuai dengan desain yang telah disetujui.
  - b. Melabelkan produk dengan informasi yang jelas dan lengkap, seperti nama produk, komposisi, informasi gizi, dan tanggal kedaluwarsa.
  - c. Melakukan promosi dan pemasaran produk dengan menggunakan kemasan dan branding yang menarik dan informatif.
  - d. Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap efektivitas kemasan dan branding dalam meningkatkan penjualan dan citra merek.

Dengan menerapkan tahapan-tahapan di atas, maka diharapkan UMKM di desa Margaluyu dapat meningkatkan kualitas produk, memperkuat citra merek, dan meningkatkan daya saing produk di pasar (Badan Pusat Statistik, 2024; Kementerian Koperasi dan UKM, 2024).

## **Pengembangan Jaringan Pemasaran**

Salah satu komponen penting dalam pengembangan produk UMKM berbasis hasil bumi di Margaluyu adalah membangun jaringan

pemasaran. Produk UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan berkat jaringan pemasaran yang luas dan efektif. Langkah pertama adalah berkolaborasi dengan distributor besar, supermarket, dan toko lokal. Produk dapat didistribusikan ke pasar yang lebih luas dan beragam melalui kerjasama ini. Pelaku UMKM Margaluyu juga harus menggunakan teknologi digital untuk memperluas jaringan pemasaran mereka. Untuk menjangkau pelanggan dengan lebih luas, Anda dapat menggunakan berbagai pendekatan, seperti membuka toko online, menggunakan platform e-commerce, dan menjadi aktif di media sosial. Melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, pemasaran produk meningkatkan visibilitas produk dan memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan, yang menghasilkan hubungan yang lebih erat dan setia. Untuk memperluas jaringan pemasaran dan mempromosikan produk, mengikuti pameran dan bazar juga merupakan cara yang efektif. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) memiliki kesempatan untuk memperkenalkan barang-barang mereka langsung kepada pelanggan, mendapatkan umpan balik, dan membangun hubungan bisnis baru melalui acara-acara ini. Bekerja sama dengan lembaga pendidikan dan pelatihan juga dapat meningkatkan penelitian dan pengembangan produk serta meningkatkan kemampuan pemasaran. Pengembangan jaringan pemasaran membutuhkan dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait, seperti memberikan dana, pelatihan, dan akses ke pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, produk UMKM berbasis hasil bumi Margaluyu akan lebih kompetitif jika dibangun jaringan pemasaran yang efektif. Produk-produk ini dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat lokal dengan strategi yang tepat sehingga lebih mudah diterima di pasar lokal, nasional, dan internasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024).

Untuk Hilirisasi Hasil Bumi Desa Wisata Margaluyu Menuju UMKM Mandiri, ada beberapa tahapan yang harus dilakukan dalam

pengembangan jaringan pemasaran (Badan Pusat Statistik, 2024; Kementerian Koperasi dan UKM,2024):

1. Identifikasi Saluran Pemasaran:
  - a. Mengidentifikasi pasar sasaran untuk produk UMKM, termasuk profil konsumen, lokasi geografis, dan preferensi pembelian.
  - b. Menganalisis berbagai saluran pemasaran yang tersedia, seperti pasar tradisional, supermarket, toko online, dan platform e-commerce.
  - c. Mengevaluasi potensi dan efektivitas setiap saluran pemasaran untuk menjangkau pasar sasaran.
2. Memilih Saluran Pemasaran:
  - a. Memilih saluran pemasaran utama yang paling sesuai dengan produk, pasar sasaran, dan sumber daya UMKM.
  - b. Memilih saluran pemasaran pendukung untuk melengkapi saluran utama dan menjangkau pasar yang lebih luas.
  - c. Membangun jaringan distribusi yang efektif untuk membawa barang ke pelanggan.
3. Implementasi Strategi Pemasaran:
  - a. Membuat rencana pemasaran yang komprehensif untuk menjangkau pasar sasaran dan mencapai tujuan penjualan.
  - b. Mengembangkan Materi Promosi dengan membuat materi promosi yang menarik dan informatif untuk mempromosikan produk di berbagai saluran pemasaran.
  - c. Melakukan promosi dan penjualan produk melalui berbagai saluran pemasaran yang telah dipilih.
  - d. Memantau dan mengevaluasi kinerja strategi pemasaran untuk mengukur efektivitas dan melakukan penyesuaian yang diperlukan.
4. Membangun Kemitraan Strategis
  - a. Mengidentifikasi mitra potensial yang dapat membantu UMKM dalam membangun jaringan pemasaran.



- b. Membangun kerjasama dengan mitra potensial, seperti distributor, agen penjualan, dan platform e-commerce.
- c. Memanfaatkan jaringan mitra untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk.

## Daftar Pustaka

- Asosiasi Desain Grafis Indonesia (ADGI). (2024). *ADGI | Asosiasi Desainer Grafis Indonesia*. <https://adgi.or.id/>
- Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). (2024). *Beranda | Badan Pengawas Obat dan Makanan*. <https://www.pom.go.id/>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Badan Pusat Statistik Indonesia*. <https://www.bps.go.id/id>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah-kemenkopukm.go.id*. <https://www.kemenkopukm.go.id/>
- Kementerian Perindustrian. (2024). *Kementerian Perindustrian*. <https://www.kemenperin.go.id/>
- Roosdiana, R., & Effendi, M. S. (2021). Kesehatan Perusahaan Tourism di Masa Pandemi Covid19 dengan Metode K Means Clustering. *Sosio E-Kons*, 13(2), 138. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v13i2.10089>
- Website Resmi Desa Margaluyu*. (n.d.). Retrieved May 10, 2024, from <https://margaluyu.desa.id/>

## Biografi



**Dr. Ir. Maya Syafriana Effendi, M.M.**, lahir di Cikarang, 1 Mei 1970. Penulis menempuh Pendidikan: S1 Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian – Institut Pertanian Bogor. S2 Prodi Magister Manajemen Keuangan UPI – YAI. S3 Prodi Penelitian dan Evaluasi Pendidikan, Universitas

Negeri Jakarta. S3 Program Studi Doktor Ilmu Manajemen, Manajemen Keuangan UPI – YAI.

Penulis merupakan: Dosen tetap di Prodi Magister Management, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Persada Indonesia – YAI. Serta Dosen Tidak Tetap pada Universitas Ary Ginandjar, Universitas Bunda Mulia, Universitas Tarumanegara serta Universitas Dian Nusantara.

Bidang keahlian penulis antara lain penguasaan pada software olah data, seperti: SPSS, SmartPLS, SEM Amos, eViews, Harzing Publis or Perish, Mendeley, Zotero, Open Knowledge, Vos Viewer. yang bermanfaat dalam penulisan artikel ilmiah. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp: 0811 180 1570. Email: mayasyafriana@gmail.com.



# Hilirisasi Hasil Bumi *Desa Wisata*

Menuju UMKM Mandiri



Buku "HILIRISASI HASIL BUMI DESA WISATA MARGALUYU MENUJU UMKM MANDIRI" memberikan panduan lengkap tentang hilirisasi hasil bumi untuk menciptakan UMKM mandiri di Desa Margaluyu. Dimulai dengan analisis potensi dan masalah hilirisasi, buku ini mengeksplorasi peran penting program hilirisasi pertanian dalam pembangunan ekonomi pedesaan. Selanjutnya, strategi pemasaran produk UMKM hasil hilirisasi dijelaskan untuk membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas. Buku ini juga mengidentifikasi tantangan dan hambatan dalam hilirisasi, serta menyediakan solusi dan strategi mitigasi. Akhirnya, pengembangan produk UMKM berbasis hasil bumi dibahas dengan langkah-langkah inovasi dan peningkatan kualitas. Buku ini menjadi referensi penting bagi pemerintah desa, pengusaha lokal, dan praktisi ekonomi pedesaan dalam mengembangkan ekonomi desa yang berkelanjutan dan berdaya saing.

**litrus.** Penerbit



literasinusantaraofficial@gmail.com  
www.penerbitlitrus.co.id  
@litruspenerbit  
literasinusantara\_  
085755971589

Ekonomi

+17

ISBN 978-623-114-957-2

