

PEMBANGUNAN DESA BERBASIS DATA

Analisis Isu dan Potensi Desa
di Kabupaten Humbang Hasundutan

Desa Hutajulu | Desa Sihikkit | Desa Purba Dolok
Desa Sipituhuta | Desa Simangaronsang | Desa Marbun Toruan



Tim Penyusun

Pius Sugeng Prasetyo
Theresia Gunawan
Tutik Rachmawati
Trisno Sakti Herwanto
Daniel Hermawan

**FRIEDRICH
EBERT**
STIFTUNG





PEMBANGUNAN DESA BERBASIS DATA

Analisis Isu dan Potensi Desa
di Kabupaten Humbang Hasundutan

Desa Hutajulu | Desa Sihikkit | Desa Purba Dolok
Desa Sipituhuta | Desa Simangaronsang | Desa Marbun Toruan

Tim Penyusun

Pius Sugeng Prasetyo
Theresia Gunawan
Tutik Rachmawati
Trisno Sakti Herwanto
Daniel Hermawan

PEMBANGUNAN DESA BERBASIS DATA

Analisis Isu dan Potensi Desa
di Kabupaten Humbang Hasundutan

Desa Hutajulu | Desa Sihikkit | Desa Purba Dolok | Desa Sipituhuta
Desa Simangaronsang | Desa Marbun Toruan

Tim Penyusun

Pius Sugeng Prasetyo
Theresia Gunawan
Tutik Rachmawati
Trisno Sakti Herwanto
Daniel Hermawan

Diterbitkan oleh :



Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) Kantor Perwakilan Indonesia
Jalan Kemang Selatan II No. 2 A | Jakarta 12730
Telepon : +62-21-7193711
Fax : +62-21-71791358
Email : info@fes.or.id
Website: www.fes.or.id

ISBN 978-602-8866-26-2

Cetakan pertama, Desember 2018

Isi publikasi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab para penulis.
Dilarang memperbanyak isi dari buku ini dalam bentuk apapun,
termasuk foto copy tanpa ijin tertulis dari penerbit.

Tidak untuk diperjualbelikan

Daftar Isi

Daftar Grafik	x
Daftar Gambar dan Tabel	xv
Summary	xvii
Kata Pengantar	xix
Pembangunan Desa Berbasis Data	xxi
DESA HUTAJULU	1
Analisis Data Desa Hutajulu	2
A. Pendahuluan	2
I. Sekilas Tentang Desa Hutajulu	3
II. Aspek Demografis	5
III. Infrastruktur dan Fasilitas Umum	15
IV. Pembangunan Berbasis Masyarakat (<i>Community Based Development</i>)	19
V. Potensi Desa Hutajulu	23
5.1. Potensi Perikanan	23
5.2. Potensi Peternakan	24
5.3. Potensi Perkebunan	25
5.4. Potensi Pertanian	26
5.5. Potensi Hasil Hutan	27
B. Penutup	31
Contoh Rencana Bisnis Desa Hutajulu - Abon Ikan Gabus	32
Contoh Rencana Bisnis Desa Hutajulu - Cascara Tea	38

DESA SIHIKKIT	51
Analisis Data Desa Sihikkit	52
A. Pengantar	52
1. Gambaran Umum Desa Sihikkit	53
2. Tujuan Pendataan Desa Sihikkit	54
3. Pelaksana Pendataan	55
4. Komposisi Penduduk Desa Sihikkit Dari Jenis Kelamin	55
5. Golongan Darah dan Kesejahteraan Keluarga	56
6. Status Perkawinan	57
7. Agama dan Perkawinan	58
8. Tingkat Pendidikan Warga Desa	59
9. Pekerjaan Warga Desa	61
10. Pemanfaatan Sumber Air Minum	61
11. Sanitasi: Penggunaan Jamban	63
12. Peningkatan Ekonomi Warga: Penghasilan dan Belanja Masyarakat	65
13. Rumah Sebagai Kebutuhan Primer	68
14. Penguatan Komunitas Melalui Keterlibatan Dalam Organisasi	69
15. Kepemilikan Lahan dan Produktivitas Pertanian	70
16. Partisipasi Masyarakat Dalam Lembaga Kemasyarakatan	73
17. Lembaga-Lembaga Ekonomi Desa	75
18. Mobilitas Warga Desa	76
19. Potensi Unggulan Bidang Perikanan, Peternakan, dan Pertanian	77
20. Pengembangan Potensi Hutan	79
B. Penutup	82
Contoh Rencana Bisnis Desa Sihikkit - Air Terjun	85
Contoh Rencana Bisnis Desa Sihikkit - Odabi	94

DESA PURBA DOLOK	117
Analisis Data Desa Purba Dolok	118
A. Pendahuluan	118
1. Pemberdayaan Kepala Keluarga Perempuan	119
2. Revitalisasi Program Keluarga Berencana	121
3. Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pendidikan Keterampilan Kerja	122
4. Penguatan Program-Program Perilaku Hidup Bersih Sehat (PHBS)	123
5. Potensi Penguatan Pajak Bumi dan Bangunan	129
6. Penguatan Organisasi Berbasis Masyarakat (<i>Community Based Organisation</i>)	132
7. Penguatan Potensi Lembaga Ekonomi Desa	134
8. Pengembangan Potensi Unggulan Desa Purba Dolok	137
8.1 Potensi Kopi	137
8.2 Potensi Cabe dan Jagung	140
8.3 Potensi Kemenyan	141
8.4 Potensi Hasil Perikanan	142
8.5 Potensi Hasil Ternak	143
8.6 Potensi Tanaman Obat	144
B. Penutup	145
Contoh Rencana Bisnis Desa Purba Dolok - Bebek Geprek ala Dolok	146
Contoh Rencana Bisnis Desa Purba Dolok - Selai Kopi Lintong	156
DESA SIPITUHUTA	169
Analisis Data Desa Sipituhuta	170
A. PENDAHULUAN: SISTEMATIKA ANALISIS	170
B. PROFIL DESA SIPITUHUTA	171
C. ISU DAN POTENSI PEMBANGUNAN DESA SIPITUHUTA	173
D. PENUTUP: ARAH INOVASI DESA BERDASARKAN ISU DAN POTENSI PEMBANGUNAN	184
Contoh Rencana Bisnis Desa Sipituhuta - Aroma Terapi Frankincense	191
Contoh Rencana Bisnis Desa Sipituhuta - Desa Wisata	201

DESA SIMANGARONSANG	209
Desa Simangaronsang dalam Fakta dan Angka: Analisa Data dan Potensi Desa dalam Program Pembangunan dan Pengembangan Potensi Desa	210
A. Demografi Desa Simangaronsang	210
1. Jumlah Kepala Keluarga Desa Simangaronsang	210
2. Desa Simangaronsang Berdasarkan Jenis Kelamin	211
3. Agama Yang Dianut Oleh Penduduk Desa Simangaronsang	212
4. Status Pernikahan dan Jenis Kelamin	213
5. Pendidikan dan Jenis Kelamin	214
6. Tingkat Pendidikan dan Jenis Pekerjaan	215
7. Kepemilikan dan Penggunaan Jamban	217
8. Sumber Air Minum	219
9. Penghasilan Masyarakat Desa Simangaronsang	220
10. Pengeluaran untuk Makanan	221
11. Golongan Darah	222
12. Jenis Cacat	223
13. Akseptor KB	223
14. Sumber Penerangan	224
15. Akses Internet	225
16. Kepemilikan Rumah	226
17. Keanggotaan Lembaga	226
18. Penguasaan Aset Tanah	227
19. Kepemilikan Komoditas Tanaman Pangan	228
B. Pemasaran Pangan	229
1. Jenis Budidaya Ikan	229
2. Budidaya Ternak	230
3. Pemasaran Hasil Ternak	231
4. Komoditas Hasil Perkebunan	231
5. Pemasaran Hasil Perkebunan	232
6. Jenis Usaha Lain Yang Dimiliki	232
7. Jumlah Kepemilikan Alat Transportasi	233
C. Kesimpulan	234
Contoh Rencana Bisnis Desa Simangaronsang - Avocado Oil	236
Contoh Rencana Bisnis Desa Simangaronsang - Coffee Soap	250

DESA MARBUN TORUAN	259
Analisis Data Desa Marbun Toruan	260
A. Pendahuluan	260
I. Sekilas Tentang Desa Marbun Toruan	260
II. Aspek Demografis	262
III. Infrastruktur dan Fasilitas Umum	272
IV. Pembangunan Berbasis Masyarakat (<i>Community Based Development</i>)	276
V. Potensi Desa Marbun Toruan	276
5.1. Potensi Perikanan	279
5.2. Potensi Peternakan	280
5.3. Potensi Perkebunan	281
5.4. Potensi Pertanian	282
VI. Pengembangan Pariwisata Desa Marbun Toruan	283
B. Penutup	286
Contoh Rencana Bisnis Desa Marbun Toruan - Keripik Alpukat	288
Contoh Rencana Bisnis Desa Marbun Toruan - Maco Marbun Coffee Perfume	298
Catatan Penutup	310
Profil Penulis	314

Daftar Grafik

DESA HUTAJULU

Grafik 1.	Tabulasi Silang antara Status Hubungan Dalam Keluarga dan Jenis Kelamin	5
Grafik 2.	Tabulasi Silang antara Status Perkawinan dan Jenis Kelamin	6
Grafik 3.	Tabulasi Silang antara Agama dan Status Perkawinan	8
Grafik 4.	Tabulasi Silang antara Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin	8
Grafik 5.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Tingkat Pendidikan	9
Grafik 6.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Tingkat Pengeluaran per Bulan	11
Grafik 7.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Tingkat Penghasilan per Bulan	11
Grafik 8.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Status Kepemilikan Rumah	12
Grafik 9.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Kepemilikan Lahan	14
Grafik 10.	Tabulasi Silang antara Kepemilikan Transportasi Umum dan Tingkat Pendidikan	14
Grafik 11.	Tabulasi Silang antara Kepemilikan Usaha Ekonomi dan Tingkat Pendidikan	15
Grafik 12.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Sumber Air Minum	16
Grafik 13.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Penggunaan Jamban	16
Grafik 14.	Tabulasi Silang antara Pemanfaatan Air dan Tingkat Pendidikan	18
Grafik 15.	Tabulasi Silang antara Profesi dan Aset Produksi	19
Grafik 16.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Keanggotaan Organisasi	20
Grafik 17.	Tabulasi Silang antara Tingkat Pendidikan dan Kepengurusan Organisasi	20
Grafik 18.	Tabulasi Silang Kepemilikan Lembaga Ekonomi dan Tingkat Pendidikan	22
Grafik 19.	Potensi Perikanan di Desa Hutajulu	23
Grafik 20.	Potensi Peternakan di Desa Hutajulu	24
Grafik 21.	Jenis Hewan Ternak di Desa Hutajulu	24
Grafik 22.	Potensi Perkebunan di Desa Hutajulu	25
Grafik 23.	Hasil Buah di Desa Hutajulu	25
Grafik 24.	Hasil Komoditas Pertanian di Desa Hutajulu	26
Grafik 25.	Hasil Hutan di Desa Hutajulu	27

DESA SIHIKKIT

Grafik 1.	Status Hubungan Dalam Keluarga dan Jenis Kelamin	37
Grafik 2.	Golongan Darah Desa Sihikkit	38
Grafik 3.	Akseptor KB Desa Sihikkit	39
Grafik 4.	Status Perkawinan dan Jenis Kelamin	40
Grafik 5.	Agama dan Status Perkawinan	41
Grafik 6.	Tingkat Pendidikan Warga Desa	42
Grafik 7.	Pekerjaan dan Tingkat Pendidikan	43
Grafik 8.	Pekerjaan dan Sumber Air Minum	44
Grafik 9.	Pemanfaatan Air dan Pendidikan	45
Grafik 10.	Penggunaan Jamban	46
Grafik 11.	Pekerjaan dan Pengeluaran	47
Grafik 12.	Pekerjaan dan Penghasilan	48
Grafik 13.	Penghasilan dan Pendidikan	49
Grafik 14.	Pekerjaan dan Kepemilikan Rumah	50
Grafik 15.	Pekerjaan dan Keanggotaan Organisasi	51
Grafik 16.	Pekerjaan dan Kepemilikan Lahan	53
Grafik 17.	Kepemilikan Lahan dan Pendidikan	54
Grafik 18.	Penghasilan dan Kepemilikan Lahan	55
Grafik 19.	Lembaga Kemasyarakatan dan Pendidikan Terakhir	56
Grafik 20.	Lembaga Ekonomi dan Pendidikan	58
Grafik 21.	Transportasi Umum dan Pendidikan	59
Grafik 22.	Hasil Perikanan	60
Grafik 23.	Hasil Peternakan	60
Grafik 24.	Jenis Ternak	61
Grafik 25.	Hasil Tanaman Buah-Buahan	62
Grafik 26.	Tanaman Pangan	64

DESA PURBA DOLOK

Grafik 1.	Tabulasi Silang Status Hubungan Dalam Keluarga dan Jenis Kelamin	69
Grafik 2.	Tabulasi Silang Status Hubungan Dalam Keluarga, Jenis Kelamin, dan Tingkat Pengeluaran	70
Grafik 3.	Tabulasi Silang Status Hubungan Dalam Keluarga, Jenis Kelamin, dan Tingkat Pendapatan	70
Grafik 4.	Tabulasi Silang Status Perkawinan dan Jenis Kelamin	71
Grafik 5.	Tabulasi Silang Agama dan Status Perkawinan	72
Grafik 6.	Tabulasi Silang Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin	72
Grafik 7.	Tabulasi Silang Jenis Pekerjaan dan Tingkat Pendidikan	73
Grafik 8.	Tabulasi Silang Tingkat Pendidikan dan Kepemilikan Jamban	74
Grafik 9.	Tabulasi Silang Tingkat Pengeluaran dan Kepemilikan Jamban	75
Grafik 10.	Tabulasi Silang Tingkat Pengeluaran dan Sumber Air Minum	75
Grafik 11.	Tabulasi Silang Tingkat Pendapatan dan Sumber Air Minum	76

Grafik 12.	Tabulasi Silang Sumber Air dan Tingkat Pendidikan	76
Grafik 13.	Tabulasi Silang Jenis Kelamin, Kepemilikan Jamban, Kepala Keluarga, dan Tingkat Pendapatan	77
Grafik 14.	Tabulasi Silang Jenis Jamban dan Dusun	78
Grafik 15.	Tabulasi Silang Jenis Kelamin, Kepala Keluarga, Kepemilikan Jamban, dan Tingkat Pengeluaran	78
Grafik 16.	Tabulasi Silang Jenis Pekerjaan dan Kepemilikan Lahan	79
Grafik 17.	Tabulasi Silang Tingkat Pendidikan dan Kepemilikan Lahan	80
Grafik 18.	Tabulasi Silang Tingkat Pengeluaran dan Kepemilikan Lahan	80
Grafik 19.	Tabulasi Silang Tingkat Pengeluaran dan Kepemilikan Rumah	81
Grafik 20.	Tabulasi Silang antara Tingkat Pendidikan dan Penguasaan Aset Tanah	82
Grafik 21.	Tabulasi Silang Jenis Pekerjaan dan Keanggotaan Organisasi	83
Grafik 22.	Tabulasi Silang Tingkat Pendidikan dengan Kepengurusan Organisasi	83
Grafik 23.	Tabulasi Silang Jenis Lembaga Ekonomi dan Tingkat Pendidikan	84
Grafik 24.	Tabulasi Silang Pekerjaan dan Kepemilikan Aset Produksi	85
Grafik 25.	Tabulasi Silang Jenis Usaha dan Tingkat Pendidikan	86
Grafik 26.	Tabulasi Silang Jenis Pekerjaan dan Kepemilikan Alat Transportasi	86
Grafik 27.	Hasil Komoditas Perkebunan Desa Dolok Purba	87
Grafik 28.	Tabulasi Silang Hasil Buah dan Dusun	88
Grafik 29.	Hasil Kebun Kopi	89
Grafik 30.	Tabel Jumlah Rumah Tangga Penghasil Kopi	89
Grafik 31.	Hasil Pangan	90
Grafik 32.	Tabulasi Silang Dusun dan Hasil Pangan	90
Grafik 33.	Tabel Hasil Buah	91
Grafik 34.	Hasil Hutan	92
Grafik 35.	Hasil Perikanan	92
Grafik 36.	Hasil Ternak	93
Grafik 37.	Jenis Ternak	93
Grafik 38.	Hasil Tanaman Obat	94

DESA SIPITUHUTA

Diagram 1.	Kepemilikan Akta Kelahiran	101
Diagram 2.	Program Keluarga Berencana (KB)	102
Diagram 3.	Jenis Pekerjaan	102
Diagram 4.	Keanggotaan dalam Lembaga	103
Diagram 5.	Kepemilikan Jamban Keluarga	104
Diagram 6.	Sumber Air Minum Keluarga	104
Diagram 7.	Pola Sebaran Penghasilan Keluarga	105
Diagram 8.	Pengeluaran Makan Keluarga	106
Diagram 9.	Pengeluaran Bukan Makan Keluarga	106
Diagram 10.	Pengeluaran Pendidikan Keluarga	106
Diagram 11.	Pengeluaran Kesehatan Keluarga	107

Diagram 12. Komoditas Kebun dan Hutan	108
Diagram 13. Pemasaran Kopi	109
Diagram 14. Pemasaran Kemenyan	109
Diagram 15. Kepemilikan Kebun	110
Diagram 16. Komoditas Peternakan	111
Diagram 17. Pemasaran Hasil Ternak	111

DESA SIMANGARONSANG

Grafik 1. Jumlah Kepala Keluarga Per Dusun di Desa Simangaronsang	120
Grafik 2. Jumlah Laki-Laki dan Perempuan di Desa Simangaronsang	122
Grafik 3. Agama Yang Dianut Oleh Penduduk Desa Simangaronsang	122
Grafik 4. Status Pernikahan dan Jenis Kelamin	124
Grafik 5. Pendidikan dan Jenis Kelamin	125
Grafik 6. Jumlah Kepemilikan Jamban	128
Grafik 7. Sumber Air Minum	129
Grafik 8. Penghasilan Masyarakat Desa Simangaronsang	130
Grafik 9. Pengeluaran untuk Makanan	132
Grafik 10. Data Golongan Darah	132
Grafik 11. Data Grafik Cacat	133
Grafik 12. Data Jumlah Pengguna Akseptor KB	134
Grafik 13. Sumber Penerangan Utama	134
Grafik 14. Jumlah Akses Warga ke Internet	135
Grafik 15. Jumlah Kepemilikan Rumah	136
Grafik 16. Keanggotaan Kelembagaan	137
Grafik 17. Penguasaan Aset Tanah	137
Grafik 18. Kepemilikan Komoditas Tanaman Pangan	138
Grafik 19. Pemasaran Pangan	139
Grafik 20. Hasil Budidaya Ikan	139
Grafik 21. Jumlah Kepemilikan Ternak	140
Grafik 22. Pemasaran Hasil Ternak	141
Grafik 23. Hasil Komoditas Perkebunan	141
Grafik 24. Pemasaran Hasil Perkebunan	142
Grafik 25. Jenis Usaha Lain Yang Dimiliki	142
Grafik 26. Jumlah Kepemilikan Alat Transportasi	143

DESA MARBUN TORUAN

Grafik 1.	Tabulasi Silang antara Status Hubungan Dalam Keluarga dan Jenis Kelamin	150
Grafik 2.	Tabulasi Silang antara Status Perkawinan dan Jenis Kelamin	151
Grafik 3.	Tabulasi Silang antara Agama dan Status Perkawinan	152
Grafik 4.	Tabulasi Silang antara Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin	153
Grafik 5.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Tingkat Pendidikan	154
Grafik 6.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Tingkat Pengeluaran per Bulan	155
Grafik 7.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Tingkat Penghasilan per Bulan	156
Grafik 8.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Status Kepemilikan Rumah	157
Grafik 9.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Kepemilikan Lahan	157
Grafik 10.	Tabulasi Silang antara Kepemilikan Transportasi Umum dan Tingkat Pendidikan	159
Grafik 11.	Tabulasi Silang antara Kepemilikan Usaha Ekonomi dan Tingkat Pendidikan	159
Grafik 12.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Sumber Air Minum	160
Grafik 13.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Penggunaan Jamban	161
Grafik 14.	Tabulasi Silang antara Pemanfaatan Air dan Tingkat Pendidikan hanya untuk irigasi semata.	163
Grafik 15.	Tabulasi Silang antara Profesi dan Aset Produksi	163
Grafik 16.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Keanggotaan Organisasi	165
Grafik 17.	Tabulasi Silang antara Tingkat Pendidikan dan Kepengurusan Organisasi	165
Grafik 18.	Tabulasi Silang antara Kepemilikan Lembaga Ekonomi dan Tingkat Pendidikan	166
Grafik 19.	Hasil Perikanan di Desa Marbun Toruan	167
Grafik 20.	Hasil Peternakan di Desa Marbun Toruan	168
Grafik 21.	Jenis Hewan Ternak di Desa Marbun Toruan	169
Grafik 22.	Hasil Perkebunan di Desa Marbun Toruan	169
Grafik 23.	Hasil Buah di Desa Marbun Toruan	170
Grafik 24.	Hasil Pertanian di Desa Marbun Toruan	171

Daftar Gambar dan Tabel

DESA HUTAJULU

Gambar 1. Wilayah Desa Hutajulu dari Satelit	2
Gambar 2. Papan Perbatasan Desa Hutajulu	3
Gambar 3. Kondisi Jalan Dari dan Menuju Desa Hutajulu	4
Gambar 4. Website Resmi Desa Hutajulu	7
Gambar 5. Potensi Kemenyan di Desa Hutajulu	13
Gambar 6. Syarat Jamban Sehat	17
Gambar 7. Kepala Desa Hutajulu MenggenggamGetah Kemenyan Produksi Desa Hutajulu	28
Gambar 8. Hasil Kemenyan Desa Hutajulu	29
Gambar 9 dan 10. Tim Peneliti Universitas Katolik Parahyangan bersama Kepala Desa Hutajulu, mahasiswa Universitas Katolik Santo Thomas Medan, dan Mian Manurung dari FES	30

DESA SIHIKKIT

Gambar 1. Suasana Desa Sihikkit	35
Gambar 2. Potensi Air Terjun di Desa Sihikkit	36
Gambar 3. Syarat Jamban Sehat	46
Gambar 4. Tim Peneliti Universitas Katolik Parahyangan dan Mian Manurung dari FES di Air Terjun Desa Sihikkit	66

DESA PURBA DOLOK

Gambar 1. Tim Peneliti dari Universitas Katolik Parahyangan bersama mahasiswa dari Universitas Katolik Santo Thomas, Medan dan Mian Manurung dari FES	95
---	----

DESA SIPITUHUTA

Skema 1. Skema Isu dan Potensi Pembangunan Desa Sipituhuta	116
--	-----

DESA SIMANGARONSANG

Tabel 1. Tingkat Pendidikan dan Jenis Pekerjaan	126
---	-----

DESA MARBUN TORUAN

Gambar 1. Wilayah Desa Marbun Toruan dari Satelit	149
Gambar 2. Papan Perbatasan Desa Marbun Toruan	149
Gambar 3. Website Resmi Desa Marbun Toruan	152
Gambar 4. Kondisi Lahan Pertanian di Desa Marbun Toruan	158
Gambar 5. Teknik Penyaringan Air Sederhana	161
Gambar 6. Syarat Jamban Sehat	162
Gambar 7. Perbatasan Desa Marbun Toruan dengan Danau Toba	172
Gambar 8. Air Terjun Janji	173
Gambar 9. Pemandangan Desa Marbun Toruan dari Ketinggian	173
Gambar 10. Tim peneliti Universitas Katolik Parahyangan bersama Kepala Desa Marbun Toruan dan mahasiswa Universitas Katolik Santo Thomas Medan di Kantor Kepala Desa Marbun Toruan	174

Catatan Penutup

Gambar 1 - 4. Pelatihan Pendataan Keunggulan dan Profil Desa di Aula Hutamas, Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan pada 27 – 28 Juli 2018	177
Gambar 5 – 9. Monitoring Pendataan Desa di Hotel Martin Anugrah, Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan pada 25 – 26 Agustus 2018	178
Gambar 10 – 16. Diseminasi dan Workshop Hasil Riset Pemetaan Potensi Desa di Hotel Martin Anugrah, Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan pada 8 November 2018	179

Summary

Sustainable village development has become a commitment of the central government, regional government as well as village government which involve the village community. The development which is carried out in the village essentially wants to emphasize the dimension of the village initiative. This means that the village government and villagers are required to determine development policies based on real needs or demands in the village. Village government and society are expected to be more independent in determining the direction and priority of development in accordance with the demands and real needs in the village. To support the development of this village, the government has determined policies by allocating very large funds to realize development in various sectors both related to human development and physical infrastructure.

Development priorities based on the need and urgency to solve various problems in the village in regards with issues such as economic, social, cultural, infrastructure, environment, health, education, food, energy and so on. In order to determine this development priority, the real and valid information or data is needed by the village. Based on those data, the accuracy in determining development choices or priorities that are in accordance with the goals and objectives can be achieved.

This book is a survey report based on Village Data Collection activities conducted in collaboration with the Coordinating Ministry for Human Development and Culture, the Regional Government of Humbang Hasundutan Regency, Friedrich Ebert Stiftung (FES) - Indonesia, Parahyangan Catholic University - Bandung, and the University of Santo Thomas - Medan working together to conduct data collection activities in 6 villages in Humbang Hasundutan regency. The six villages are Hutajulu Village, Sihikit Village, Purba Dolok Village, Sipituhuta Village, Simangaronsang Village, and Marbun Toruan Village.

The purpose of village data collection is basically to know the various problems that arise in the village, and to find out the various potentials that the village has. By knowing the

problems that exist, the government and the villagers can determine the right development planning which is oriented towards problem solving. Based on the existing of data, then the right and strategist steps can be determined to develop the owned- potentials in order to achieve superior, innovative and sustainable village.

Based on this data, the large amount of village development funds can be utilized precisely on target, strategy which closely related to the problems and potential of the village. The data collected are the depiction, potential, and character possessed by the village. The government and villagers can find out their strengths and weaknesses by paying attention to the existing and continuously updated data.

By knowing the strengths and weaknesses, the village should be able to determine what things should be developed in the village by analyzing their data. By knowing the advantages of the potential, the village can take various steps in terms of its efforts to increase the utilization of their potential resources into a prominent potent. The collected data is not perfect yet, but the data can provide trend information on various aspects of the village so that it is expected to become dynamic data that can be updated continuously by the government and villagers.

The next step that should be done in managing data is by entering the data into Village Information System which is already owned by the villages. Village Information System will help the stakeholder to access the data easily, especially in the context of sustainable village development. The intention to take this step of change is basically determined by the strength, commitment and consistency of the village head and other actors / village leaders in encouraging change in various fields to improve the welfare of the villagers.

As the research team of Parahyangan Catholic University in Bandung, i.e. Daniel Hermawan, Trisno Sakti Herwanto, Tutik Rachmawati, Theresia Gunawan, and Pius Sugeng Prasetyo expressed our thanks for the support of various parties in the cooperation. In particular, we would like to thank Mian Manurung (Program Officer of FES Indonesia) for providing guidance on operational research and technical content to be able to enter the research villages. We also express our gratitude to Santi Silitonga as the supervisor of the students of the University of Santo Thomas, Medan for conducting data collection and data input for the six villages. Hopefully the village development which is based on accurate and valid data can truly have an impact on the realization of independent, superior, innovative villages to improve the welfare of village communities in a sustainable manner.

Kata Pengantar

Pembangunan yang dilakukan di desa pada hakekatnya ingin menekankan pada dimensi inisiatif dari desa. Ini berarti bahwa pemerintah desa bersama warga desa dituntut untuk menentukan kebijakan-kebijakan pembangunan yang berbasis pada kebutuhan atau tuntutan riil di desa. Oleh karena itu, muncullah istilah “Desa Membangun” yang ingin menekankan pada dinamika kemandirian dalam menentukan arah dan prioritas pembangunan di tataran desa. Untuk mendukung pembangunan desa ini, maka baik pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan bahkan pemerintah desa sendiri telah banyak mengalokasikan dana untuk melaksanakan pembangunan di berbagai sektor yang terkait dengan pembangunan manusia maupun infrastruktur fisik.

Pembangunan yang dilakukan tentu saja harus didasarkan pada prioritas kebutuhan dan urgensinya untuk menyelesaikan berbagai masalah di desa, baik yang menyangkut masalah ekonomi, sosial, budaya, infrastruktur, lingkungan hidup, kesehatan, pendidikan, dan lain sebagainya. Untuk menentukan prioritas pembangunan inilah, maka diperlukan informasi atau data riil yang dimiliki oleh desa. Dengan berbasiskan pada data, maka pilihan pembangunan akan sesuai dengan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai.

Untuk keperluan inilah maka Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, Pemerintah Daerah Kabupaten Humbang Hasundutan, Friedrich Ebert Stiftung (FES) Indonesia, Universitas Katolik Parahyangan Bandung, dan Universitas Santo Thomas Medan bekerja sama untuk melakukan kegiatan pendataan yang dilakukan di 6 desa di Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan. Keenam desa tersebut adalah Desa Hutajulu, Desa Sihikkit, Desa Purba Dolok, Desa Sipituhuta, Desa Simangaronsang, dan Desa Marbun Toruan.

Tujuan dari pendataan desa pada dasarnya untuk mengetahui berbagai masalah yang muncul di desa, serta untuk mengetahui berbagai potensi yang dimiliki oleh desa. Dengan mengetahui masalah yang ada, maka pemerintah dan warga desa dapat menentukan perencanaan pembangunan yang tepat yang berorientasi pada penyelesaian masalah.

Demikian juga dengan data potensi yang ada, maka dapat ditentukan langkah untuk mengembangkan potensi-potensi, sehingga dapat menjadi unggulan yang dapat menopang kemajuan dan keberlanjutan desa. Berdasarkan data inilah, maka dana desa yang besar jumlahnya dapat dimanfaatkan secara tepat sasaran, serta terkait erat dengan persoalan dan potensi yang dimiliki oleh desa.

Data yang sudah terkumpul memang belum sempurna, namun data tersebut dapat memberikan informasi kecenderungan mengenai berbagai aspek di desa sehingga diharapkan menjadi data yang dinamis yang dapat terus diperbaharui sendiri oleh pemerintah dan warga desa. Kami dari tim peneliti Universitas Katolik Parahyangan Bandung, yaitu Daniel Hermawan, Trisno Sakti Herwanto, Tutik Rachmawati, Theresia Gunawan, dan Pius Sugeng Prasetyo mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan dari berbagai pihak dalam kerja sama tersebut.

Secara khusus kami mengucapkan terimakasih kepada Ibu Mian Manurung, Program Officer dari FES Indonesia yang sudah memberikan arahan terhadap konten penelitian dan teknis operasional untuk bisa masuk ke desa-desa lokasi penelitian. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Ibu Santi Silitonga sebagai pembimbing para mahasiswa Universitas Santo Thomas Medan untuk melakukan *data collecting* dan *input data* keenam desa tersebut. Semoga dengan pembangunan yang berbasis pada data benar-benar dapat memberikan dampak pada terwujudnya desa yang mandiri, unggul, inovatif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa secara berkelanjutan.

Bandung, Desember 2018
Koordinator Tim Peneliti

Dr. Pius Sugeng Prasetyo

Pembangunan Desa Berbasis Data

Pembangunan *top-down* yang diterapkan pada masa Orde Baru telah banyak dikritik karena tidak memberi kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengembangkan kemandirian dan kedaulatan ekonominya, sebaliknya justru kian memperlebar ketimpangan sosial. Rancangan dan implementasi pembangunan yang diatur secara terpusat seringkali tidak selaras dengan apa yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat lokal. Alih-alih berperan aktif, masyarakat lokal sekedar menjadi penonton proses-proses pembangunan yang bersifat *top-down* tersebut. Konsekuensinya, pembangunan cenderung bersifat seragam tanpa adanya pengembangan potensi-potensi khas daerah yang sebenarnya cukup kaya di Indonesia.

Pada masa transisi pemerintahan pasca-Soeharto, sebenarnya berbagai kebijakan desentralisasi dikembangkan untuk mengubah arah pembangunan supaya menjadi lebih bersifat *bottom-up* dan demokratis, terutama dengan adanya kebijakan otonomi daerah yang memberikan keleluasaan bagi pemerintah daerah untuk mengembangkan potensi daerahnya. Namun, kajian Henk Schulte Nordholt and Gerry Van Klinken (2007) tentang dinamika politik pasca-Soeharto menunjukkan bahwa proses desentralisasi tersebut tidak serta merta mengarah pada penguatan *civil society* dan demokrasi di tingkat lokal. Sebaliknya, proses desentralisasi pasca-Soeharto justru terjebak dalam lingkaran praktik-praktik oportunistik, seperti kolusi, korupsi dan nepotisme di tingkat lokal, yang justru menenggelamkan proses demokratisasi dan penguatan *civil society*. Arah pembangunan sering dibajak oleh elite-elite lokal yang oportunistik dan sering tidak tepat sasaran.

Dalam satu dekade terakhir, kebijakan-kebijakan desentralisasi terus diperkuat, seperti lahirnya Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, dan Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 16 Tahun 2018 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa. Namun, sebagaimana fenomena sebelumnya, penguatan kebijakan-kebijakan desentralisasi ini belum tentu tepat sasaran atau mengarah pada penguatan *civil society* yang demokratis. Masih banyak urusan rumah tangga di tingkat

lokal yang perlu dibenahi, salah satunya adalah ketersediaan data, informasi dan pemetaan potensi daerah sebagai landasan untuk mengembangkan pembangunan berbasis masyarakat lokal. Dari kebutuhan itulah buku “Pembangunan Desa Berbasis Data” ini lahir sebagai hasil penelitian tentang pemetaan potensi di enam desa yang berada di Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan. Kegiatan ini merupakan kerja sama antara Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Kemenko PMK), Pemerintah Daerah Kabupaten Humbang Hasundutan, Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) Kantor Perwakilan Indonesia, Universitas Katolik Parahyangan Bandung (UNPAR), dan Universitas Santo Thomas Medan. Pemetaan potensi desa dalam buku ini diharapkan mampu menjadi langkah awal untuk mengembangkan pembangunan yang berbasis data (*development with evident based*) dan partisipasi masyarakat lokal sehingga lebih tepat sasaran, terukur dan berkelanjutan.

Pemetaan potensi desa yang dijabarkan dalam buku ini cukup kaya dan mampu menunjukkan kekhasan potensi yang dapat dikembangkan di setiap desa. Meski semua desa memiliki penduduk yang mayoritasnya adalah petani, tetapi terdapat potensi pertanian, perikanan, peternakan, perkebunan dan hasil hutan, yang paling menonjol di setiap desa serta perlu diintegrasikan dan dikembangkan dalam skema pembangunan desa. Misalnya, berdasarkan pendataan potensi di enam desa, kopi dan alpukat merupakan komoditas unggulan yang banyak dihasilkan di semua desa yang teliti, begitu pula kemenyan sebagai hasil hutan penting yang dimanfaatkan oleh mayoritas masyarakat. Pengembangan produksi komoditas unggulan tersebut tentu sangat diperlukan oleh masyarakat lokal dan dapat dilakukan secara terintegrasi di antara desa-desa yang memiliki potensi yang sama. Di sektor pertanian, cabe lebih banyak diproduksi di desa Hutajulu, Sihikkit, Purba Dolok dan Marbun Toruan, sementara padi sawah lebih banyak diproduksi di Desa Simangaronsang. Di sektor peternakan, bebek lebih banyak ditenak di Desa Hutajulu, Sihikkit, Purba Dolok, dan Marbun Toruan; ayam kampung di Desa Sipituhuta; dan kerbau di Desa Simangaronsang. Sementara di sektor perikanan, jenis ikan yang banyak dikembangkan di masing-masing cukup beragam. Selain di sektor produksi, keindahan alam juga menjadi potensi desa yang dapat dikembangkan sebagai destinasi wisata.

Namun, pengembangan potensi di setiap desa tersebut sulit tercapai tanpa adanya partisipasi aktif masyarakat lokal. Melalui partisipasi aktif masyarakat, berbagai proses pembelajaran dapat terbentuk dalam rangka mewujudkan pengembangan potensi desa yang berkelanjutan (*sustainable development*). Berbagai proses pengembangan yang berkelanjutan tentu membutuhkan penguatan kelembagaan sebagai wadah yang mampu

menfasilitasi terbentuknya pengelolaan secara kolektif dan demokratis, baik yang sudah ada maupun yang masih perlu dibentuk, seperti kelembagaan adat, organisasi petani, BUMDesa, dan sebagainya. Buku ini juga sudah memaparkan potensi-potensi kelembagaan yang dapat dibentuk, dikuatkan dan dikembangkan, baik penguatan internal di masing-masing desa maupun melalui pengembangan jejaring keorganisasian di tingkat lokal dan nasional.

Meski demikian, pemetaan karakter dan potensi desa dalam buku “Pembangunan Desa Berbasis Data” ini merupakan langkah awal untuk memberikan landasan pengembangan baik bagi pihak pemerintah, organisasi masyarakat sipil, maupun masyarakat lokal desa sendiri. Dengan harapan, arah pembangunan desa lebih tepat sasaran, dapat terukur didasarkan data akurat potensi masing-masing desa, serta mampu mewujudkan *civil society* yang berpartisipasi aktif dan demokratis dalam menyongsong pembangunan yang bersifat *bottom-up* dan berkelanjutan.

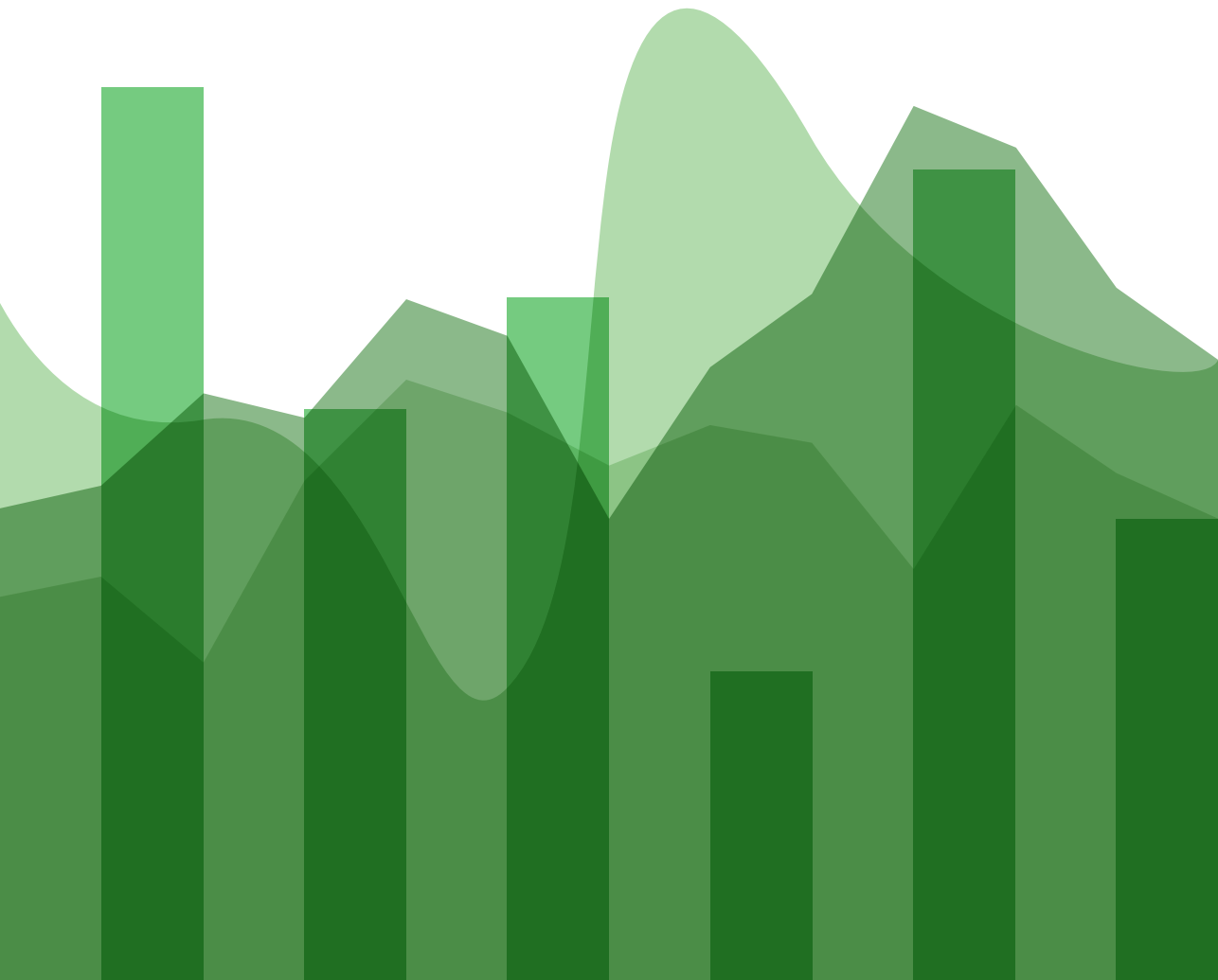
Akhir kata saya ingin menyampaikan apresiasi setinggi-tingginya kepada tim Universitas Katolik Parahyangan, yang melakukan pendataan dan menyusun buku ini, serta tim Fakultas Teknik Unika St. Thomas Medan, khususnya Ibu Shanty Silitonga yang telah mengkoordinir duabelas mahasiswa yang turun ke desa melakukan pendataan bersama-sama dengan warga desa dan meng-input data ke dalam sistem. Tidak lupa juga saya haturkan terima kasih kepada mitra pemerintah FES di Indonesia, Kemenko PMK dalam hal ini Asdep Pemberdayaan Desa, Dr. Herbert Siagian, MSc. serta dan Pemerintah Kabupaten Humbang Hasundutan, yang telah mendukung penuh kegiatan ini. Saya berharap dengan adanya data dan informasi yang disajikan secara akurat, rapi, sistematis, dan selalu dilakukan pemutahiran secara kontinu, dapat mendukung kinerja pemerintah, dalam merencanakan kegiatan dan menyusun sebuah keputusan yang bermanfaat bagi desa-desa di Kabupaten Humbang Hasundutan.

Jakarta, Desember 2018

Dormiana Yustina Manurung

Program Koordinator FES Kantor Perwakilan Indonesia

DESA **HUTAJULU**

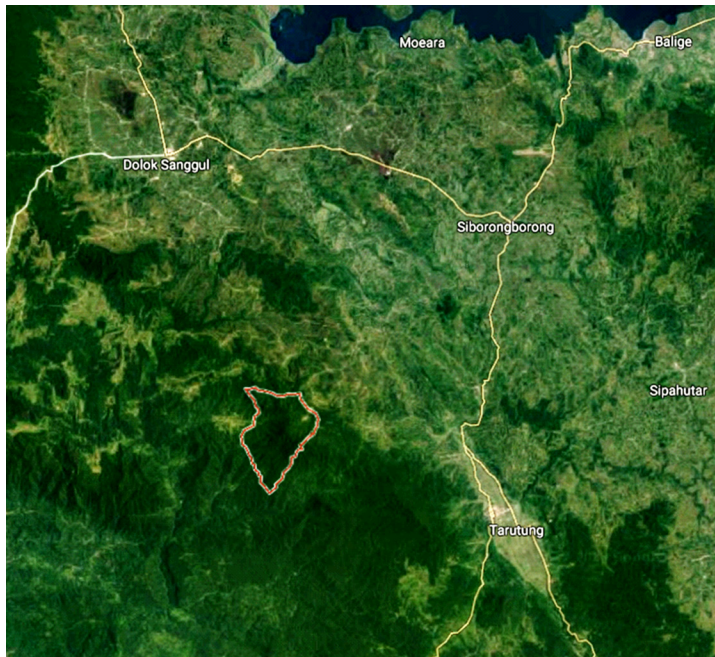


Analisis Data Desa Hutajulu

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.¹

A. Pendahuluan

Analisis data Desa Hutajulu ini disusun berdasarkan hasil survei secara menyeluruh kepada seluruh kepala keluarga yang ada di Desa Hutajulu. Analisis ini disusun sebagai bentuk rekomendasi pembangunan dan pengembangan potensi desa yang ada di Desa Hutajulu. Rekomendasi yang disusun merupakan rekomendasi yang valid berbasis data desa dan data potensi desa.



Gambar 1.
Wilayah Desa Hutajulu dari
Satelit²

-
- 1 Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan
 - 2 <https://www.google.com/maps>



Gambar 2.
Papan Perbatasan Desa
Hutajulu³

Melalui analisis ini, diharapkan upaya pembentukan program-program untuk membangun desa, serta memaksimalkan pengembangan potensi desa untuk menghasilkan manfaat yang besar bagi kesejahteraan masyarakat desa dan desa itu sendiri, seperti peningkatan pendapatan masyarakat, juga peningkatan pendapatan asli desa (PAD).

Berikut disajikan analisis data desa Desa Hutajulu yang memiliki 75 kepala keluarga dengan jumlah penduduk 345 orang.

I. Sekilas Tentang Desa Hutajulu

Desa Hutajulu terletak di Kecamatan Onan Ganjang, Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatera Utara. Secara geografis, Desa Hutajulu dikelilingi oleh kawasan perhutanan dan kontur jalan menuju Desa Hutajulu cukup berkelok dan terjal.

Nama Desa Hutajulu dipilih karena wilayah Desa Hutajulu berada tepat di bagian ujung (*julu*) Kecamatan Onan Ganjang atau tepatnya berada di sebelah ujung wilayah yang

3 Dokumentasi Penulis



Gambar 3.
Kondisi Jalan Dari dan
Menuju Desa Hutajulu⁴

didiami oleh kelompok marga Marbun. Desa Hutajulu terdiri dari tiga dusun, memiliki luas wilayah 4.025,05 Ha, dengan perincian sebagai berikut⁵:

1. Dusun I : 1.500 Ha
2. Dusun II : 1.500 Ha
3. Dusun III : 1.025,05 Ha

Desa Hutajulu terdiri dari tiga dusun, yaitu Dusun I yang terdiri atas *huta* Parmiahian, Lumban Ginjang, Tapian Nauli, Lumban Tonga-Tonga, dan Lumban Muda. Dusun II meliputi Huta Godang, Lumban Sopar, dan Peajojor, sedangkan di Dusun III terdiri dari *huta* Lumban Sinaga dan Sosor Toruan.

Sebagian perkampungan (*huta*) dinamai dengan nama marga yang dominan berada di kampung itu, seperti perkampungan Lumban Sinaga karena masyarakat yang berdomisili mayoritas marga Sinaga. Semua nama-nama perkampungan di Desa Hutajulu memiliki makna masing-masing. Nama perkampungan dibuat ketika dulu kampung tersebut baru dibuka oleh orang yang pertama bermukim atau bertempat tinggal di perkampungan itu dan yang disebut *sibukka huta*. Nama perkampungan akan diberikan oleh *sibukka huta* dan akan disepakati bersama-sama oleh masyarakat Desa Hutajulu.

4 Dokumentasi Penulis

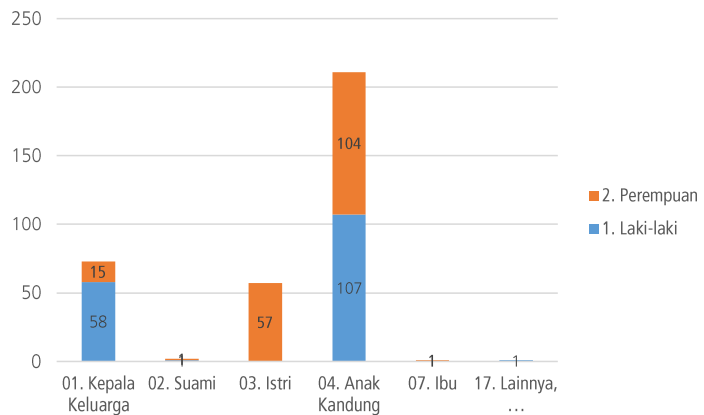
5 <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/63051/Chapter%20II.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Desa Hutajulu berbatasan dengan wilayah-wilayah sebagai berikut:

- Sebelah utara berbatasan dengan : Kecamatan Harien Boho
- Sebelah selatan berbatasan dengan : Desa Huta Paung
- Sebelah timur berbatasan dengan : Desa Ria-Ria
- Sebelah barat berbatasan dengan : Kecamatan Parlilitan

II. Aspek Demografis

Secara demografis, penduduk yang tinggal di Desa Hutajulu dapat dianalisis sebagai berikut.



Grafik 1.

Tabulasi Silang antara Status Hubungan Dalam Keluarga dan Jenis Kelamin

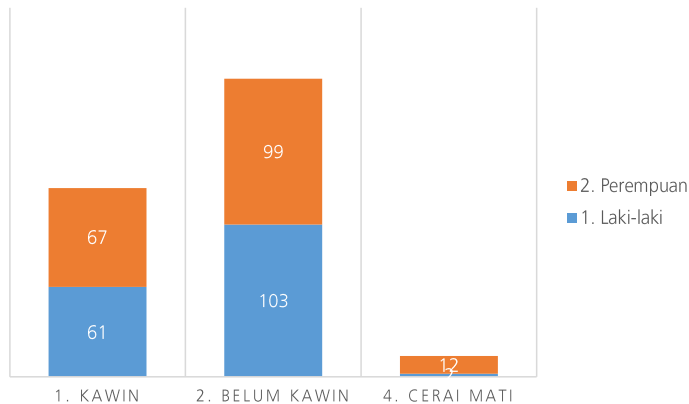
Berdasarkan Grafik 1., jumlah penduduk laki-laki lebih besar dibandingkan jumlah penduduk perempuan di Desa Hutajulu. Hal ini juga selaras dengan jumlah laki-laki yang menjadi kepala keluarga lebih besar dibandingkan dengan jumlah perempuan yang menjadi kepala keluarga di Desa Hutajulu. Terdapat 15 kepala keluarga perempuan yang dapat menjadi perhatian Desa Hutajulu dalam program pemberdayaan perempuan.

Program pemberdayaan perempuan pedesaan didukung oleh UU Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa⁶. UU Desa memberikan harapan baru bagi perempuan pedesaan untuk mewujudkan keberdayaan Pemerintahan Desa dan masyarakat desa. Perencanaan pembangunan desa perlu mengalokasikan dana, program, dan pemberdayaan bagi perempuan pedesaan⁷.

6 <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2014/6TAHUN2014UU.htm>

7 <http://www.koalisi-perempuan.or.id/2017/10/17/menghapus-kemiskinan-melalui-pemberdayaan-perempuan-pedesaan/>

Program pemberdayaan perempuan pedesaan yang dapat diusulkan, antara lain pelatihan kewirausahaan dalam skala Usaha Kecil dan Menengah (UKM), program penyuluhan kesehatan, edukasi tentang sanitasi dan jamban sehat, dan berbagai pelatihan yang dapat menjawab masalah yang sehari-hari ditemukan dalam masyarakat, baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun politik⁸.



Grafik 2.
Tabulasi Silang antara
Status Perkawinan dan Jenis
Kelamin

Berdasarkan Grafik 2., jumlah penduduk yang belum kawin lebih besar dibandingkan jumlah penduduk yang kawin di Desa Hutajulu. Mengingat penduduk yang belum kawin masih berada dalam usia produktif, maka program-program yang dilakukan di desa dapat dilakukan guna mewujudkan inovasi potensi desa yang berkesinambungan.

Melalui penerbitan Peraturan Menpora Nomor 32 Tahun 2016 Tentang Sentra Pemberdayaan Pemuda (SPP), Kementerian Pemuda dan Olahraga ingin membangkitkan kembali kejayaan kegiatan kepemudaan seperti masa lalu, serta mengangkat ikon pemberdayaan pemuda, khususnya di desa⁹. Pengadaan perpustakaan pemuda dan rumah diskusi, GOR Pemuda, dan kewirausahaan pemuda dapat dilakukan untuk akomodasi gagasan dan ide dari para pemuda akan pembangunan yang dilakukan di Desa Hutajulu.

8 <http://www.berdesa.com/desa-harus-genjot-program-pemberdayaan-masyarakat-siapkah/>

9 <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/04/09/p6wvr5291-kemenpora-rintis-model-sentra-pemberdayaan-pemuda-desa>



Gambar 4.
Website Resmi Desa
Hutajulu¹⁰

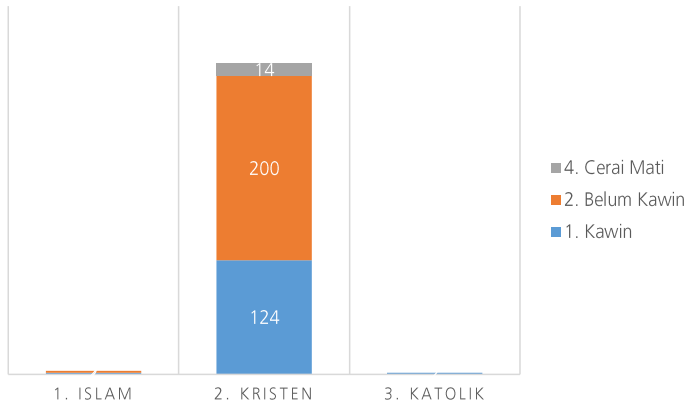
Selain itu, kegiatan bulanan untuk acara pemuda juga dapat digalakkan, baik dalam bentuk kegiatan kekeluargaan, kegiatan keagamaan, dan berbagai kegiatan lainnya untuk melatih kekompakan pemuda/i yang ada di Desa Hutajulu, serta terlibat aktif dalam upaya pembangunan desa secara berkesinambungan.

Pelatihan informasi dan teknologi dalam pemanfaatan internet juga dapat dilakukan kepada pemuda Desa Hutajulu agar website desa yang tersaji di <http://hutajulu.sideka.id/> dapat dilengkapi dan diisi secara lengkap, serta menyajikan potensi alam yang dimiliki melalui promosi via media sosial, baik itu Facebook, Twitter, Instagram, dan berbagai media sosial lainnya yang diminati oleh masyarakat secara umum, sehingga Desa Hutajulu dikenal sebagai wilayah dengan penghasil komoditas unggulan tertentu, seperti kemenyan.

Berdasarkan Grafik 3., sebagian besar penduduk di Desa Hutajulu menganut agama Kristen, maka dari itu pendekatan kepemimpinan dari tokoh agama dapat dilakukan dalam pembuatan kebijakan desa. Pemerintah desa dapat melibatkan tokoh-tokoh agama dalam memetakan potensi, serta menyusun rencana perkembangan pembangunan desa bersama dengan aparat dan masyarakat desa. Diharapkan melalui pendekatan ini, perkembangan pembangunan yang adil dan merata tidak hanya melibatkan kelembagaan umum, badan, dan pihak pemerintahan vertikal di atasnya, tetapi juga dapat dilakukan melalui tokoh agama dan masyarakat desa setempat¹¹.

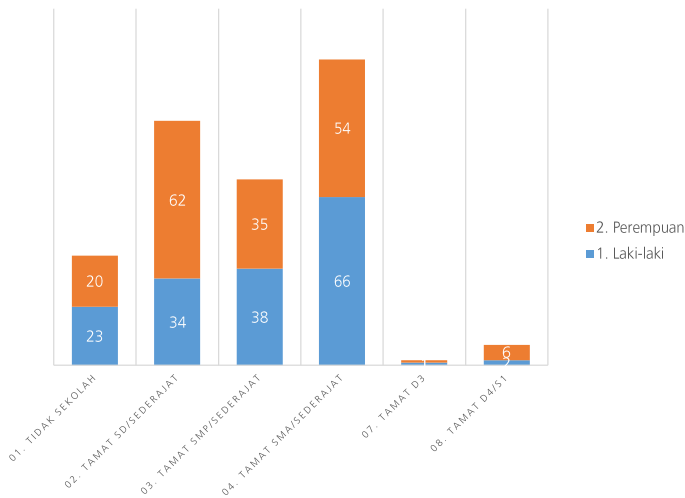
¹⁰ <http://hutajulu.sideka.id/>

¹¹ <https://www.pedekik.com/inilah-peran-tokoh-agama-dalam-pembangunan-desa/>



Grafik 3. Tabulasi Silang antara Agama dan Status Perkawinan

Melalui ajaran agama, sosialisasi kebijakan dan program bagi masyarakat Desa Hutajulu dapat disusun berlandaskan nilai-nilai keagamaan yang ada di Desa Hutajulu, yakni Kristen, sehingga program yang dilakukan senantiasa bermanfaat, sekaligus juga menyentuh sisi spiritual dari masyarakat di Desa Hutajulu.

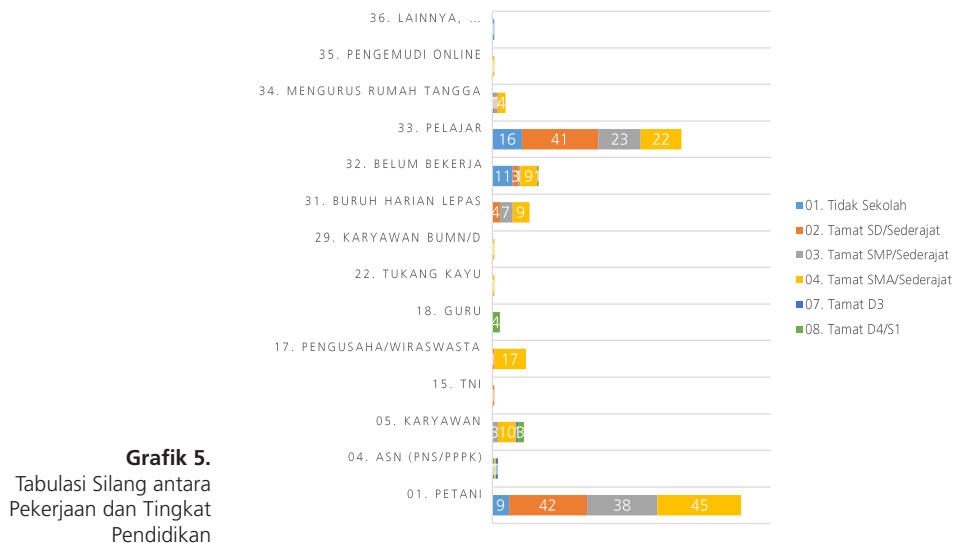


Grafik 4. Tabulasi Silang antara Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin

Berdasarkan Grafik 4., jumlah penduduk yang tamat SMA/ sederajat di Desa Hutajulu paling besar, yakni sebanyak 120 orang dengan komposisi 66 orang laki-laki dan 54 orang perempuan. Diikuti jumlah penduduk yang tamat SD/ sederajat, tamat SMP/ sederajat, dan tidak sekolah. Mengingat tingkat pendidikan mayoritas penduduk Desa Hutajulu berada di tamatan SMA/ sederajat, maka perangkat desa dapat memberikan kursus keterampilan untuk berbagai potensi yang ada di desa, baik dalam bidang pertanian, pengolahan hasil hutan, maupun kuliner.

Kursus dapat diberikan untuk melengkapi kemampuan (*soft skill*) dalam menjalankan usaha yang ada di Desa Hutajulu, misalnya keterampilan memasak, membuat ulos, membuat cinderamata, pengolahan produk turunan kemenyan, membuat kemasan produk, dan lain sebagainya.

Mengingat potensi yang besar dari lokasi geografis Desa Hutajulu dengan hasil kemenyan, maka aparat desa harus aktif dalam menyusun program yang sesuai dengan potensi desa. Komitmen dari Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) untuk terus berupaya meningkatkan kualitas atau mutu aparatur pemerintahan desa harus dimanfaatkan dalam meningkatkan kapasitas modal insani yang ada di Desa Hutajulu¹². Dalam hal ini,



12 <http://www.soreangonline.com/2018/07/banyak-aparatur-desa-tingkat-pendidikannya-dibawah-rata-rata/>

aparatur desa harus menyusun proposal kegiatan pemberdayaan modal insani desa sesuai dengan anggaran kebutuhan yang ada di lapangan, baik itu kursus, pelatihan, ataupun pendampingan guna memaksimalkan potensi yang dimiliki desa.

Sebagai contoh, pelatihan untuk pembibitan kemenyan yang unggul, tata letak pertanian yang efektif, strategi pertanian sesuai dengan musim, dan lain sebagainya yang diharapkan mampu memperkaya kapasitas SDM petani dalam mengelola potensi alam yang dimiliki.

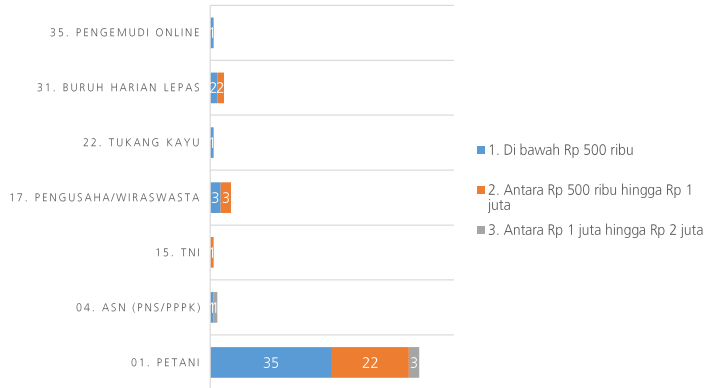
Berdasarkan Grafik 5., penduduk Desa Hutajulu yang berprofesi sebagai petani paling besar didominasi oleh orang yang tamat SMA/ sederajat. Sementara itu, mayoritas penduduk di Desa Hutajulu juga masih berstatus pelajar. Mengingat sebagian besar penduduk Desa Marbun Toruan merupakan petani, maka teknologi pertanian dan pelatihan tentang teknik pertanian yang baik dapat menjadi sektor yang dikembangkan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat desa dalam sektor agraria.

Pelatihan keterampilan usaha terpadu yang diberikan kepada kelompok masyarakat petani dapat dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap dari masyarakat setelah pelatihan, dan dapat dijadikan upaya pemenuhan kebutuhan, baik untuk konsumsi maupun dijual ke pasar. Model pelatihan yang dilakukan tentu dirancang dan disesuaikan dengan standar kebutuhan masyarakat setempat, misalkan teknik pembibitan, teknik pengairan, teknik pemupukan, dan lain sebagainya.

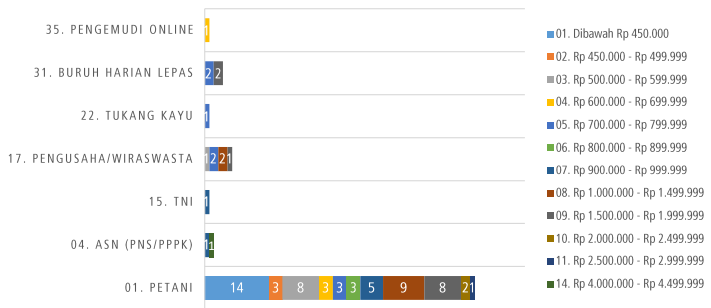
Diharapkan melalui pelatihan keterampilan usaha terpadu, masyarakat yang sebelumnya hanya mampu bertani sayur-sayuran, dengan diberikan pelatihan keterampilan usaha terpadu mereka dapat bertambah kemampuannya untuk bertani dan berternak komoditas lain yang selama ini belum pernah dilakukan, dan mampu melakukan aktivitas jual beli dari masing-masing produk pertanian yang dihasilkan¹³.

Sementara itu, mengingat mayoritas masyarakat di Desa Hutajulu masih menyandang status sebagai pelajar, maka Program Wajib Belajar 12 tahun hendaknya semakin digiatkan dan ekstrakurikuler yang dilakukan di sekolah, hendaknya bersentuhan langsung dengan kehidupan desa, sehingga kecintaan pelajar akan Desa Hutajulu sudah dibangun sejak

13 <http://www.berdesa.com/petani-sebagai-pelaku-penting-dalam-memajukan-perekonomian-pedesaan/>



Grafik 6.
Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Tingkat Pengeluaran per Bulan



Grafik 7.
Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Tingkat Penghasilan per Bulan

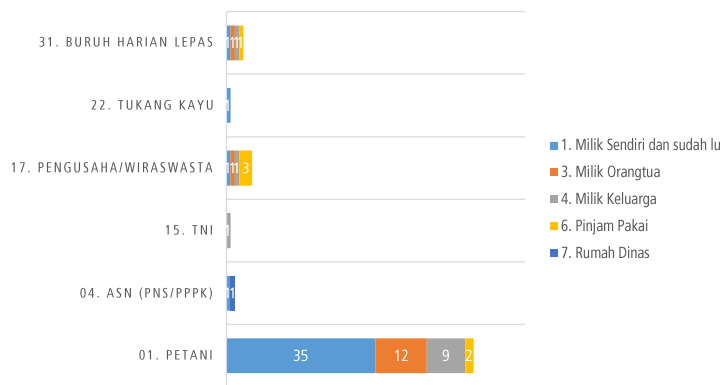
dini¹⁴. Diharapkan dengan meningkatnya tingkat pendidikan di Desa Hutajulu, masyarakat semakin mampu dan kompeten dalam menyusun rencana pembangunan desa berdasarkan potensi dan sumber daya yang ada di Desa Hutajulu.

Berdasarkan Grafik 6., mayoritas penduduk Desa Hutajulu berprofesi sebagai petani dan memiliki pengeluaran per bulan di bawah Rp 500.000,00. Sementara itu, berdasarkan Grafik 7., mayoritas penduduk Desa Hutajulu memiliki penghasilan per bulan dibawah Rp 450.000,00.

14 <https://nasional.sindonews.com/read/1139466/144/kemendikbud-upayakan-wajib-belajar-12-tahun-melalui-pip-1473918707>

Mengingat penghasilan ekonomi masyarakat di Desa Hutajulu masih tergolong rendah, maka pelatihan kewirausahaan di bidang pangan dan pengolahan kemenyan dapat dilakukan untuk memastikan bahwa masyarakat Desa Hutajulu mampu mengelola potensi daerah yang dimilikinya¹⁵.

Dalam hal ini, petani tidak hanya menanam tanaman yang hanya menghasilkan panen dalam musim-musim tertentu, seperti kemenyan, tetapi juga mengkombinasikan tanaman yang dipanen dengan tanaman yang dapat menghasilkan secara rutin untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, seperti sayur mayur.



Grafik 8.
Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Status Kepemilikan Rumah

Berdasarkan Grafik 8., mayoritas penduduk di Desa Hutajulu mempunyai tempat tinggal yang dimiliki sendiri dan sudah lunas, sehingga penghasilan dapat dialokasikan untuk sektor produktif, seperti membangun lahan dan pembibitan, selain untuk konsumsi sehari-hari. Penghasilan masyarakat juga dapat mulai dikumpulkan dalam wadah koperasi atau BUMDes untuk pemasaran produk hasil hutan Desa Hutajulu, seperti kemenyan.

Mengingat mayoritas tempat tinggal sudah dimiliki sendiri dan sudah lunas, maka penduduk Desa Hutajulu juga dapat bergabung dalam situs penginapan, seperti booking.com, Airbnb.com, hostelworld.com, homestay.com, dan berbagai website pencarian akomodasi lainnya untuk menyediakan akomodasi sederhana yang layak bagi pengunjung

15 <https://www.borneonews.co.id/berita/91616-pelatihan-petani-untuk-tingkatkan-produktivitas>



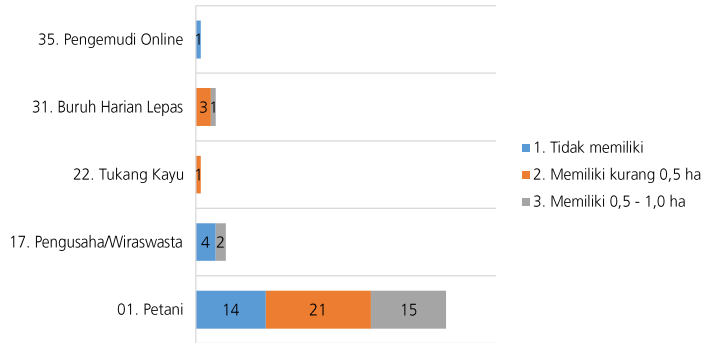
Gambar 5.
Potensi Kemenyan di Desa
Hutajulu¹⁶

atau wisatawan yang berkunjung ke Desa Hutajulu. Masyarakat dapat menyiapkan kamar kosong yang tersedia di rumah masing-masing untuk dijadikan sebagai penginapan bagi pengunjung atau wisatawan.

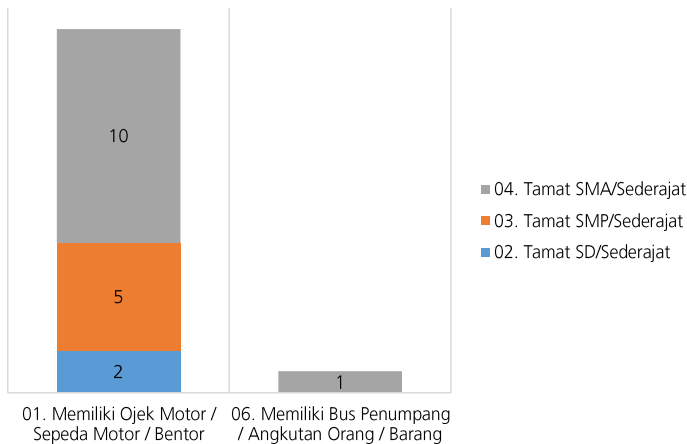
Desa Hutajulu juga dapat menyusun program *homestay* bagi wisatawan domestik maupun internasional untuk *live in* dan merasakan kehidupan Desa Hutajulu dalam durasi waktu tertentu, seperti 3 hari, 1 minggu, atau bahkan 1 bulan dengan beragam aktivitas harian masyarakat Desa Hutajulu yang dapat dilakukan oleh wisatawan, mulai dari menanam kemenyan, membuat kuliner atau hidangan setempat, dan beragam aktivitas yang khas dilakukan oleh masyarakat Desa Hutajulu dan menjadi daya tarik wisata tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan Grafik 9., mayoritas penduduk di Desa Hutajulu mempunyai profesi sebagai petani dan memiliki lahan kurang dari 0,5 ha. Maka dari itu, keterlibatan organisasi pertanian Desa Hutajulu di Serikat Petani Indonesia (SPI) dapat memperjuangkan, mendistribusikan, dan mempertahankan tanah pertanian kepada para anggotanya. Selain itu melalui SPI, Desa Hutajulu juga bisa berdiskusi dan bertukar pikiran dengan kader-kader agroekologi dan mempraktekkan pertanian agroekologi di berbagai wilayah anggota SPI.

16 Dokumentasi Penulis



Grafik 9.
 Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Kepemilikan Lahan

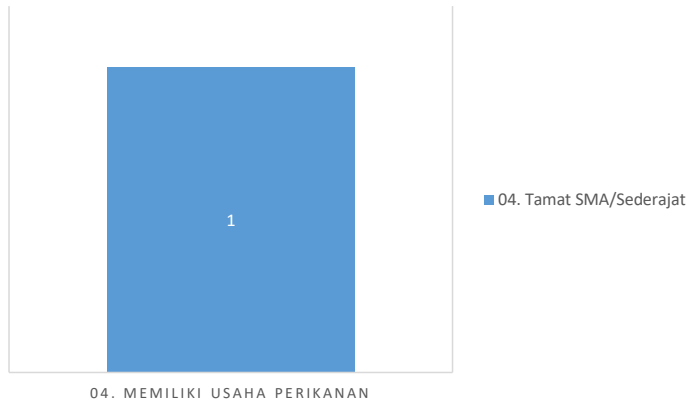


Grafik 10.
 Tabulasi Silang antara Kepemilikan Transportasi Umum dan Tingkat Pendidikan

Diharapkan dengan bergabungnya petani ke dalam Serikat Petani Indonesia, Desa Hutajulu mampu membangun pusat perbenihan sebagai upaya untuk melakukan pemuliaan dan produksi benih. Selain itu, adanya koperasi petani Indonesia di basis-basis petani yang bergerak di bidang produksi, distribusi produksi, dan kebutuhan-kebutuhan kehidupan petani lainnya, juga diharapkan menjadi sebuah langkah baru untuk mengembangkan pertanian di Desa Hutajulu¹⁷.

Berdasarkan Grafik 10., mayoritas penduduk Desa Hutajulu memiliki jenjang pendidikan terakhir tamat SMA/ sederajat dan memiliki transportasi umum berupa ojek motor/ sepeda

17 <http://www.spi.or.id/20-tahun-spi-memperkuat-organisasi-petani-menjadi-kekuatan-terdepan-dalam-memperjuangkan-kedaulatan-rakyat-untuk-keadilan-agraria-dan-kedaulatan-pangan/>



Grafik 11.
Tabulasi Silang antara
Kepemilikan Usaha Ekonomi
dan Tingkat Pendidikan

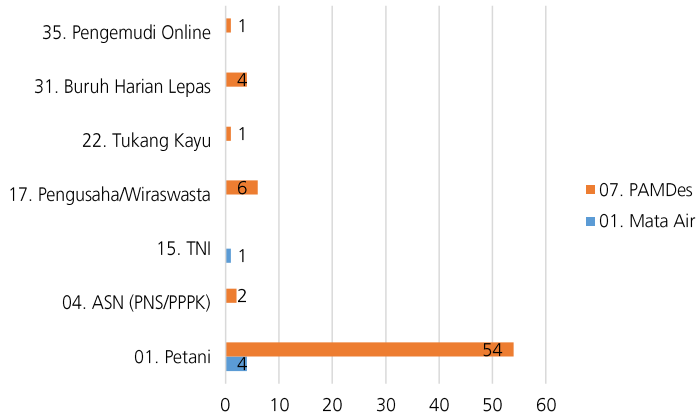
motor/bentor. Maka dari itu, bengkel perawatan motor bisa menjadi salah satu potensi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang potensial untuk dikembangkan. Selain itu, masyarakat Desa Hutajulu juga dapat menyediakan jasa ekspedisi atau pengantaran dari dan ke Desa Hutajulu menggunakan sepeda motor.

Berdasarkan Grafik 11., terdapat 1 penduduk Desa Hutajulu dengan tingkat pendidikan tamat SMA/ sederajat yang memiliki usaha perikanan. Usaha perikanan yang dimiliki warga ini dapat dinegosiasikan untuk dikelola secara bersama melalui BUMDes, sehingga dapat memberikan keuntungan secara kolektif bagi masyarakat di Desa Hutajulu.

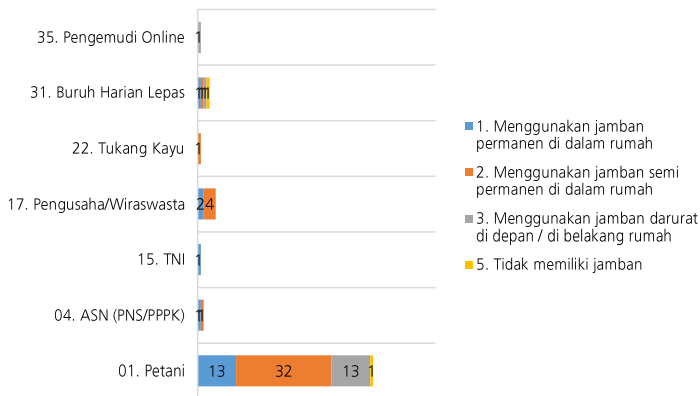
III. Infrastruktur dan Fasilitas Umum

Berdasarkan Grafik 12., mayoritas penduduk Desa Hutajulu berprofesi sebagai petani dan mengandalkan PAMDes sebagai sumber air minum. Perusahaan Air Minum Desa (PAMDes) yang ada di Desa Hutajulu ini dapat dikembangkan secara komersial sebagai sektor pendapatan bagi masyarakat di Desa Hutajulu, yakni dalam bentuk air minum kemasan, baik dalam bentuk galon, botol, maupun gelas.

Desa Hutajulu dapat belajar dari Desa Boru Kedang di Kecamatan Wulanggitang, Nusa Tenggara Timur untuk pengelolaan BUMDes dalam bidang air minum dalam kemasan, mulai dari tata cara pengujian kandungan mineral dalam air, kesiapan infrastruktur, dan pelatihan SDM dalam usaha air minum dalam kemasan.



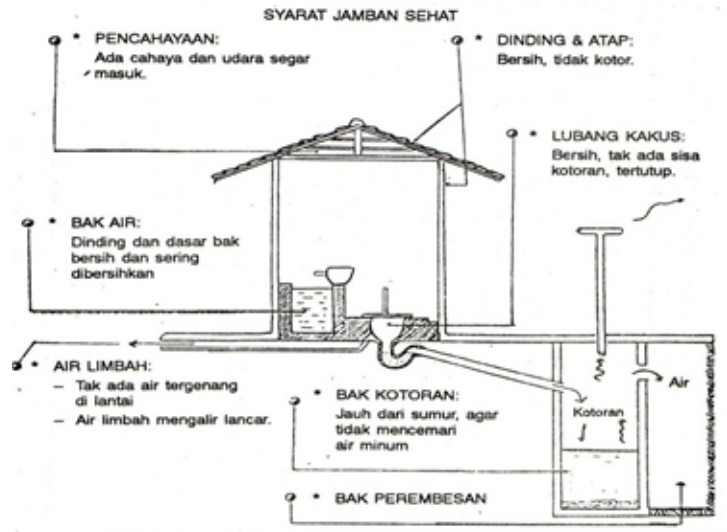
Grafik 12.
 Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Sumber Air Minum



Grafik 13.
 Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Penggunaan Jamban

Berdasarkan Grafik 13., mayoritas penduduk di Desa Hutajulu menggunakan jamban semi permanen di dalam rumah. Secara umum, standar jamban permanen di Desa Hutajulu pun harus disesuaikan dengan standar kelayakan yang ada. Masalah jamban yang tidak higienis dapat memicu masalah kesehatan, sehingga Desa Hutajulu harus memberikan perhatian lebih pada peningkatan kualitas jamban¹⁸.

18 <https://www.republika.co.id/berita/koran/news-update/15/12/15/nzdsg724-perbaikan-sarana-mck-tingkatkan-derajat-kesehatan>



Gambar 6.
Syarat Jamban Sehat¹⁹

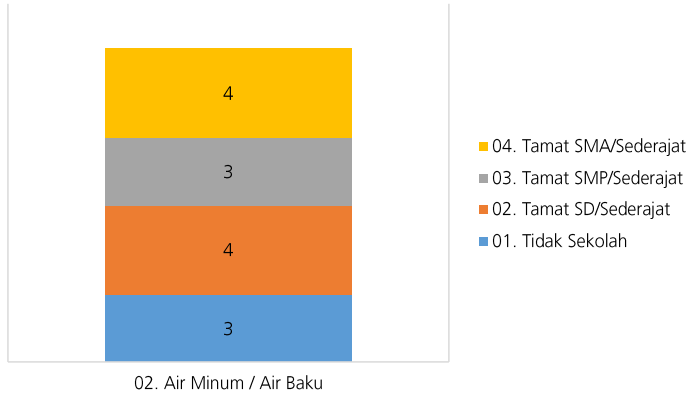
Menurut Departemen Kesehatan Republik Indonesia, terdapat beberapa kriteria dan syarat "Jamban Sehat", antara lain:¹⁹

1. Tidak mencemari sumber air minum, letak lubang penampung berjarak 10-15 meter dari sumber air minum.
2. Tidak berbau dan tinja tidak dapat dijamah oleh serangga maupun tikus.
3. Cukup luas dan landai/miring ke arah lubang jongkok, sehingga tidak mencemari tanah di sekitarnya.
4. Mudah dibersihkan dan aman penggunaannya.
5. Dilengkapi dinding dan atap pelindung, dinding kedap air, dan berwarna.
6. Cukup penerangan.
7. Lantai kedap air.
8. Ventilasi cukup baik.
9. Tersedia air dan alat pembersih²⁰.

Berdasarkan Grafik 14., mayoritas penduduk Desa Hutajulu memiliki jenjang pendidikan tamat SMA/ sederajat dan tamat SD/ sederajat, serta memanfaatkan air untuk air minum/ air baku. Pemerintah melalui Menteri Desa, Pembangunan Desa Tertinggal dan Transmigrasi (DPDTT) menegaskan bahwa sumber daya air merupakan potensi alam yang bisa dikelola masyarakat Desa Hutajulu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan sekitarnya.

¹⁹ https://peraturan.bkpm.go.id/jdih/userfiles/batang/Permenkes_3_2014.pdf

²⁰ <http://www.indonesian-publichealth.com/sanitasi-jamban/>



Grafik 14.
Tabulasi Silang antara
Pemanfaatan Air dan
Tingkat Pendidikan

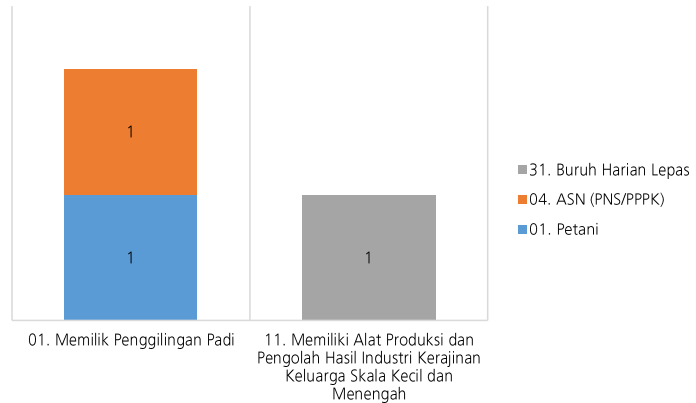
Pemanfaatan sumber daya air oleh desa paling tepat adalah melalui Perusahaan Air Minum Milik Desa (PAMDes). PAMDes adalah lembaga usaha desa yang dikelola bersama oleh masyarakat dan pemerintah desa di bidang air bersih dalam upaya memperkuat perekonomian desa²¹. Dalam hal ini, pengelolaan air bersih yang keberadaannya melimpah di Desa Hutajulu hendaknya dapat dilakukan dengan usaha air minum yang dikelola melalui PAMDes. Gunakan nama produk PAMDes yang sesuai dengan identitas Desa Hutajulu, sehingga masyarakat merasa terlibat untuk memiliki (*sense of belonging*) produk yang dikeluarkan oleh Desa Hutajulu.

Berdasarkan Grafik 15., terdapat 2 penduduk Desa Hutajulu yang memiliki aset produksi berupa penggilingan padi. Penggilingan padi yang ada dapat digunakan secara kolektif atau dikelola oleh Desa Hutajulu agar memberikan manfaat yang luas bagi petani yang ada di desa. Selain itu, dapat diusulkan juga kepada pemerintah untuk mendapatkan pelatihan tentang cara penggunaan dan pembibitan yang baik guna memaksimalkan potensi pertanian yang ada di Desa Hutajulu²².

Selain itu, terdapat 1 penduduk Desa Hutajulu yang memiliki alat produksi dan pengolahan hasil industri kerajinan keluarga skala kecil dan menengah yang dapat dikembangkan

21 <https://nasional.kompas.com/read/2015/03/04/02041581/BUMDes.Diminta.Kelola.Bisnis.Air.Bersih.di.Des>

22 <https://regional.kompas.com/read/2017/09/10/22191301/menteri-desa-pelajari-model-penggilingan-padi-modern-di-sukabumi>



Grafik 15.
Tabulasi Silang antara Profesi
dan Aset Produksi

sebagai sentra penghasil kerajinan tangan khas Desa Hutajulu yang dapat dijadikan cinderamata atau oleh-oleh saat berkunjung ke Desa Hutajulu.

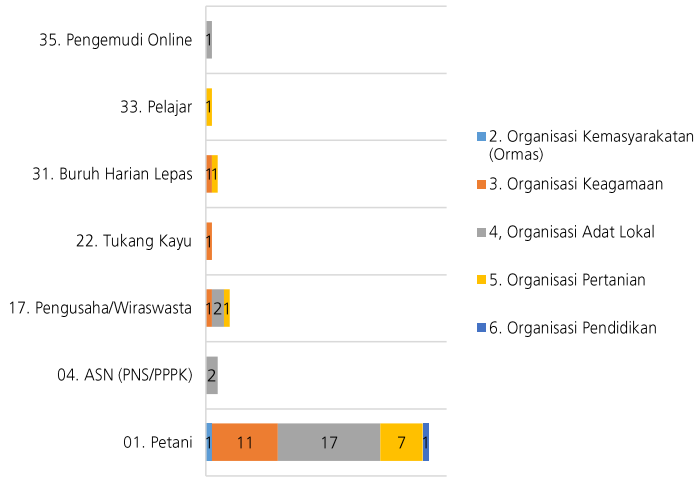
IV. Pembangunan Berbasis Masyarakat (Community Based Development)

Pembangunan berbasis masyarakat adalah pembangunan yang menempatkan posisi masyarakat sebagai aktor/manajer pembangunan dan hanya sedikit melibatkan intervensi pihak lain, seperti LSM maupun pemerintah. Sumbangan pembangunan berbasis masyarakat dalam pembangunan berkelanjutan, di antaranya:

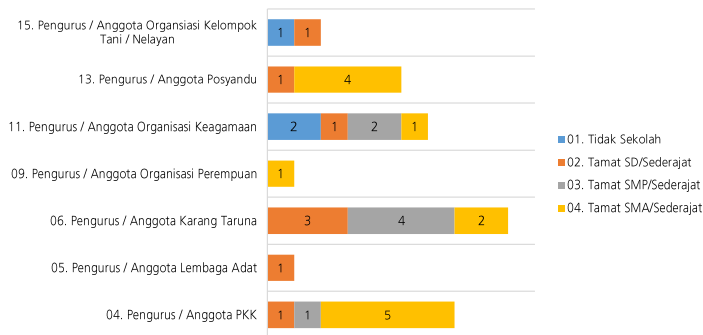
1. Meningkatkan kapasitas lokal, program pelatihan/transfer teknologi;
2. Program pemeliharaan fasilitas umum, termasuk pemeliharaan prasarana jaringan air minum pedesaan;
3. Masyarakat dapat menyampaikan aspirasi kepada pemerintah mengenai program program apa yang dibutuhkan dan bersifat krusial bagi masyarakat lokal²³.

Berdasarkan Grafik 16. dan Grafik 17., mayoritas penduduk Desa Hutajulu memiliki tingkat pendidikan akhir tamat SMA/ sederajat, berprofesi sebagai petani, dan tergabung dalam organisasi karang taruna, PKK, dan keagamaan. Mengingat karang taruna, PKK, dan organisasi keagamaan memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat Desa

23 <http://www.worldbank.org/in/country/indonesia/brief/community-driven-development-in-indonesia>



Grafik 16.
 Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Keanggotaan Organisasi



Grafik 17.
 Tabulasi Silang antara Tingkat Pendidikan dan Kepengurusan Organisasi

Hutajulu, maka diplomasi kebijakan dan kegiatan hendaknya dilakukan melalui pendekatan keanggotaan organisasi.

Karang Taruna adalah organisasi sosial kemasyarakatan sebagai wadah dan sarana pengembangan setiap anggota masyarakat yang tumbuh dan berkembang atas dasar kesadaran dan tanggung jawab sosial dari, oleh, dan untuk masyarakat terutama generasi muda di wilayah desa/kelurahan yang bergerak di bidang usaha kesejahteraan sosial²⁴.

24 <https://www.kemsos.go.id/content/profil-karang-taruna>

Karang Taruna bertujuan untuk mewujudkan:

- a. Pertumbuhan dan perkembangan setiap anggota masyarakat yang berkualitas, terampil, cerdas, inovatif, berkarakter, serta memiliki kesadaran dan tanggung jawab sosial dalam mencegah, menangkal, menanggulangi, dan mengantisipasi berbagai masalah kesejahteraan sosial, khususnya generasi muda;
- b. Kualitas kesejahteraan sosial setiap anggota masyarakat, terutama generasi muda di desa/kelurahan secara terpadu, terarah, menyeluruh, serta berkelanjutan;
- c. Pengembangan usaha menuju kemandirian setiap anggota masyarakat, terutama generasi muda; dan
- d. Pengembangan kemitraan yang menjamin peningkatan kemampuan dan potensi generasi muda secara terarah dan berkesinambungan.

Di sisi lain, Gerakan PKK bertujuan untuk memberdayakan keluarga untuk meningkatkan kesejahteraan menuju terwujudnya keluarga yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia dan berbudi luhur, sehat sejahtera, maju dan mandiri, kesetaraan dan keadilan gender, serta kesadaran hukum dan lingkungan²⁵.

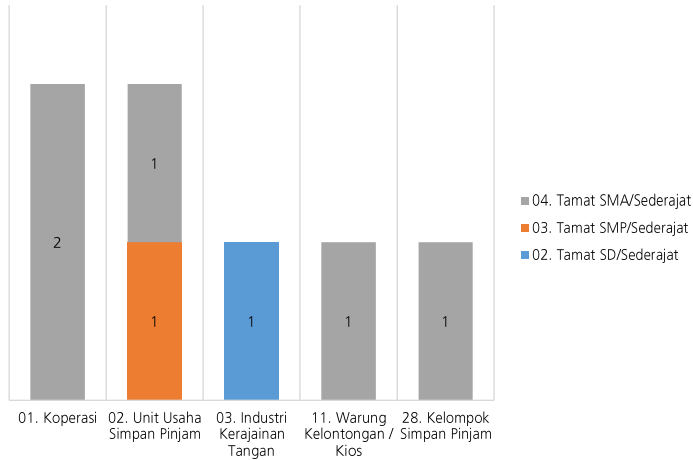
Terdapat 10 Program Pokok PKK, yaitu:

1. Penghayatan dan pengamalan Pancasila
2. Gotong royong
3. Pangan
4. Sandang
5. Perumahan dan tata laksana rumah tangga
6. Pendidikan dan keterampilan
7. Kesehatan
8. Pengembangan kehidupan berkoperasi
9. Kelestarian lingkungan hidup
10. Perencanaan sehat

Sementara itu, organisasi adat lokal juga dapat berperan sebagai alat kontrol keamanan, ketentraman, kerukunan, dan ketertiban masyarakat. Baik preventif (pencegahan) maupun refresif (pengendalian) sesuai nilai-nilai dan kearifan lokal yang ada di Desa Hutajulu²⁶.

25 <http://majasari.desa.id/2014/03/17/pengertian-tujuan-sasaran-dan-program-pkk/>

26 <http://gagasanriau.com/mobile/detailberita/27445/lembaga-adat-memiliki-peran-penting-dalam-membangun-desa>



Grafik 18.
Tabulasi Silang Kepemilikan
Lembaga Ekonomi dan
Tingkat Pendidikan

Grafik 18. Tabulasi Silang Kepemilikan Lembaga Ekonomi dan Tingkat Pendidikan Berdasarkan Grafik 18., mayoritas penduduk Desa Hutajulu memiliki jenjang pendidikan tamat SMA/ sederajat dan mempunyai lembaga ekonomi, seperti koperasi, unit usaha simpan pinjam, industri kerajinan tangan, warung kelontongan/kios, dan kelompok simpan pinjam. Guna mendukung lembaga ekonomi yang dimiliki masyarakat, Desa Hutajulu dapat membangun perbankan desa dalam bentuk koperasi yang memiliki peran sangat strategis, karena dapat bergerak pada semua sisi dan meningkatkan alokasi anggaran untuk kesertaan modal desa terhadap BUMDes²⁷.

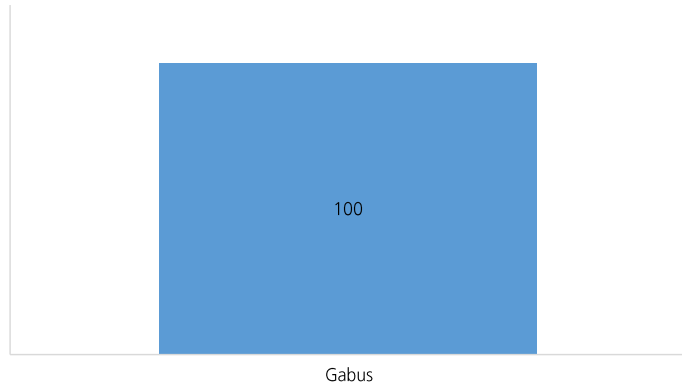
Melalui BUMDes diharapkan tercipta kekuatan yang akan bisa mendorong terciptanya peningkatan kesejahteraan dengan cara menciptakan produktivitas ekonomi bagi desa dengan berdasar pada ragam potensi yang dimiliki desa²⁸.

27 <https://sumut.antaranews.com/berita/176299/bumdes-dituntut-lebih-inovatif>

28 <http://www.berdesa.com/informasi-lengkap-tentang-bumdes-yang-harus-anda-ketahui/>

V. Potensi Desa Hutajulu

5.1. Potensi Perikanan



Grafik 19.
Potensi Perikanan di Desa
Hutajulu

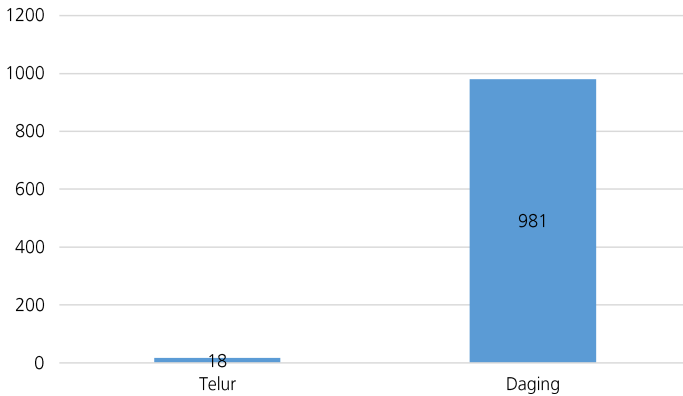
Berdasarkan Grafik 19., Desa Hutajulu memiliki potensi perikanan berupa ikan gabus sebesar 100 kg per tahun. Melihat potensi ikan gabus yang melimpah, serta kandungan asam lemak, seperti *Eicosapentaenoic acid* (EPA), *Docosahexaenoid Acid* (DHA) yang berperan dalam menjaga fungsi otak dan retina mata, potensi sebagai antihipertensi karena kandungan protein yang dimilikinya, serta mendukung aktivitas antioksidan karena memiliki kandungan mineral seng, tembaga, dan besi di dalam tubuh ikan gabus, maka masyarakat Desa Hutajulu harus mengemas keunggulan ini menjadi sebuah produk lain, selain ikan segar yang dapat memiliki jangka waktu penyimpanan yang panjang²⁹.

Masyarakat Desa Hutajulu dapat melakukan inovasi dalam menghasilkan produk yang berbahan dasar dari ikan, seperti abon ikan, maupun mengemas potensi ikan gabus dalam kemasan yang awet dan tahan lama, serta dapat dijadikan oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung ke Desa Hutajulu³⁰.

29 <http://bangka.tribunnews.com/2018/03/17/hasil-peneliti-ipb-ikan-gabus-ternyata-berpotensi-sebagai-antioksidan-dan-antihipertensi>

30 <https://lamongankab.go.id/perikanan/index.php/2015/03/kandungan-gizi-dan-manfaat-ikan-nilamujaer-bagi-kesehatan.html>

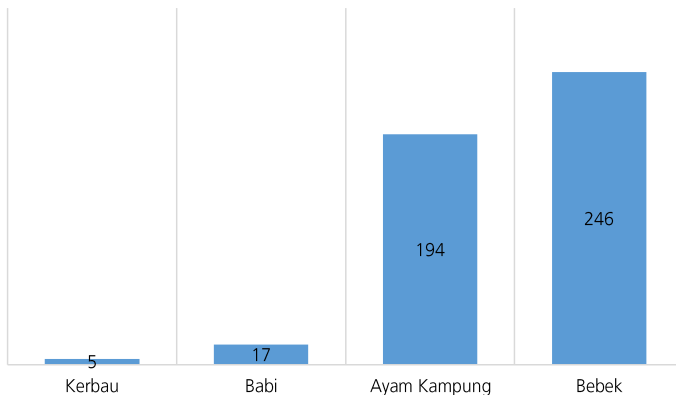
5.2. Potensi Peternakan



Grafik 20.
Potensi Peternakan di Desa Hutajulu

Berdasarkan Grafik 20., Desa Hutajulu mempunyai hasil ternak terbesar, yakni daging sebanyak 981 kg per tahun. Potensi daging yang melimpah ini dapat digunakan untuk konsumsi ataupun dijual ke daerah lain dalam rangka memenuhi permintaan pangan. Perawatan hewan ternak yang baik perlu dilakukan agar daging yang dihasilkan dari hewan ternak tersebut memiliki kualitas terbaik dan dapat dijual dengan harga yang tinggi.

Berdasarkan Grafik 21., Desa Hutajulu mempunyai dua jenis hewan ternak terbanyak, yakni bebek dan ayam kampung. Maka dari itu, pola pemeliharaan hewan ternak harus diperhatikan agar hewan ternak yang ada di Desa Hutajulu dapat dikembangkan dengan baik dan memberikan hasil yang optimal bagi perekonomian lokal di desa. Proses



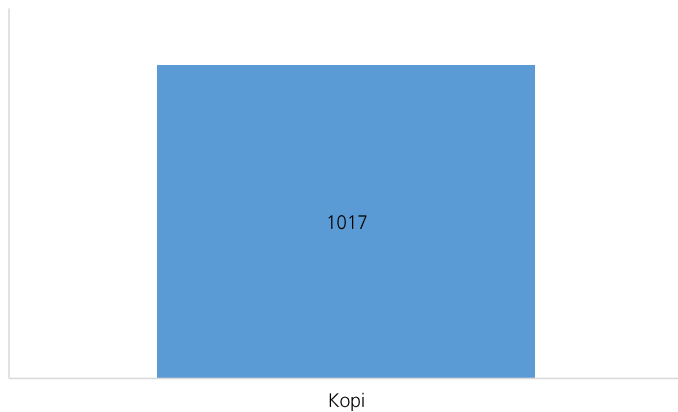
Grafik 21.
Jenis Hewan Ternak di Desa Hutajulu

budidaya hewan ternak ini harus dilakukan, mulai dari pembibitan, pemberian pakan, hingga pengaturan kondisi kandang³¹.

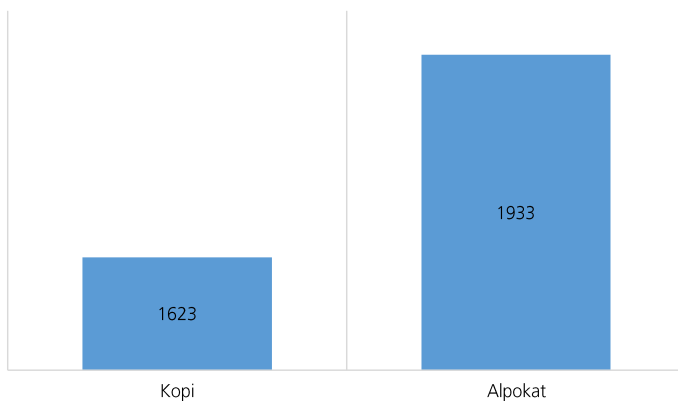
5.3. Potensi Perkebunan

Berdasarkan Grafik 22., Desa Hutajulu mempunyai hasil kebun berupa kopi sebanyak 1.017 kg per tahun. Ragam produk turunan kopi, seperti masker kopi untuk mencegah penuaan kulit, sabun kopi, permen kopi, *pudding* kopi, tiramisu, donat kopi, dan kue kopi dapat dibuat untuk meningkatkan nilai jual dari produk kopi³².

Grafik 22.
Potensi Perkebunan di Desa
Hutajulu



Grafik 23.
Hasil Buah di Desa Hutajulu



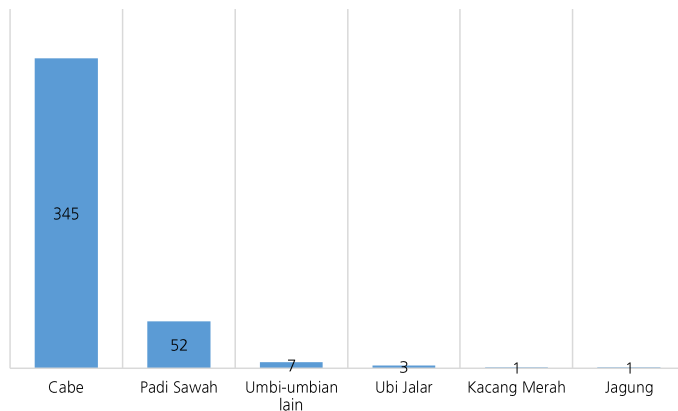
31 <http://www.berdesa.com/pejuang-usaha-ternak-di-desa-modal-kecil-untung-besar/>

32 <http://goukm.id/usaha-olahan-kopi/>

Letak Desa Hutajulu yang berada pada ketinggian kurang lebih 1.300 m di atas permukaan laut dengan jenis tanah Podzolit dapat dikembangkan untuk lahan pertanian seperti kopi, padi, nanas, palawija, dan hortikultura. Selain itu, tanah yang bergelombang di Desa Hutajulu cocok untuk lahan perkebunan, penghijauan, dan pertanian.

Berdasarkan Grafik 23., Desa Hutajulu mempunyai potensi buah, yakni alpokat sebesar 1.933 kg dan kopi sebesar 1.623 kg per tahun³³. Banyak sekali ragam produk olahan yang dapat dilakukan dari alpokat, kopi, dan mangga, yakni mulai dari rujak, es buah, minuman segar, keripik, selai, dan lain sebagainya³⁴.

5.4. Potensi Pertanian



Grafik 24.
Hasil Komoditas Pertanian di
Desa Hutajulu

Berdasarkan Grafik 24., Desa Hutajulu mempunyai potensi pangan berupa cabe sebesar 345 kg, diikuti padi sawah sebesar 52 kg per tahun. Desa Hutajulu dapat membuat aneka ragam panganan yang menggunakan cabe, seperti sosis cabai, manisan cabai, sirup cabai, permen cabai 'Hot', puding cabai, dan cokelat mercon³⁵. Demikian juga padi sawah yang dapat diolah dalam bentuk ketan dan berbagai bentuk makanan olahan lainnya.

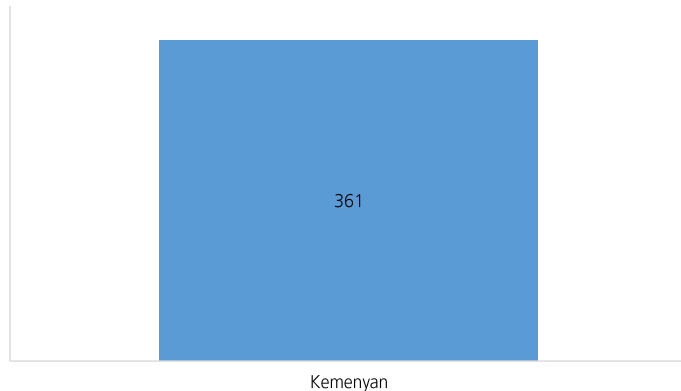
33 <https://brilicious.brilio.net/kuliner/nggak-melulu-dijus-ulpukat-bisa-kamu-kreasi-jadi-22-olahan-ini-160419r.html>

34 <https://bacaterus.com/cara-mengolah-ulpukat/>

35 <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3637402/di-tangan-warga-surabaya-cabai-jadi-beragam-olahan-menarik>

Sebagai tindak lanjut dari ragam potensi yang ada di Desa Hutajulu, maka pelatihan dalam bidang pengolahan pangan, pengemasan, hingga promosi penjualan menjadi program kegiatan penting yang dapat dikembangkan di Desa Hutajulu agar penjualan hasil potensi perikanan, peternakan, perkebunan, dan pertanian tidak semata berhenti pada komoditas mentah, melainkan masyarakat dapat memberikan nilai tambah dalam produk yang dijual.

5.5. Potensi Hasil Hutan



Grafik 25.
Hasil Hutan di Desa Hutajulu

Berdasarkan Grafik 25., hasil hutan yang terdapat di Desa Hutajulu adalah kemenyan, yakni sebanyak 361 kg per tahun. Secara geografis, letak Desa Hutajulu yang berada pada ketinggian 1.300 m di atas permukaan laut menjadi salah satu faktor tumbuhnya kemenyan di desa tersebut.

Dari studi literatur yang dilakukan, penulis mendapatkan informasi bahwa petani Desa Hutajulu mengenal dua jenis kemenyan, yaitu *Sytrax sumatra* atau dikenal dengan sebutan kemenyan Batak Toba, di mana petani di Desa Hutajulu sering mengatakan *haminjon dolok* (kemenyan gunung). Dinamakan *haminjon dolok* (kemenyan gunung) karena kemenyan ini tumbuh dan memiliki getah yang deras di gunung atau dataran tinggi dengan cuaca yang dingin. Dan jenis kemenyan gunung ini yang ditanam dan diusahakan petani saat ini. Kemenyan Batak Toba (*haminjon dolok*) ini menghasilkan getah kualitas pertama dengan memiliki aroma yang lebih wangi, berwarna putih, dan tidak lengket.

Petani Desa Hutajulu juga mengenal *Styrax Benzoin Dryand* (kemenyan jerami) yang sering disebut petani dengan *haminjon durame*. Kemenyan ini jarang ditanam petani di



Gambar 7.
Kepala Desa Hutajulu
MenggenggamGetah
Kemenyan Produksi Desa
Hutajulu³⁶

Desa Hutajulu karena jenis kemenyan ini tidak cocok ditanam di Kabupaten Humbang Hasundutan yang memiliki cuaca yang dingin dan pegunungan, hanya daerah tertentu saja yang dapat menanam jenis kemenyan ini. Jenis kemenyan ini dapat menghasilkan getah kemenyan berkualitas rendah dengan ciri-ciri berwarna hitam kecoklatan, getahnya encer, dan agak lengket.

Daun kemenyan jerami memiliki daun lebar dan agak runcing, sementara kemenyan Batak Toba daunnya lebih kecil dan keras. Pertumbuhan kemenyan jerami lebih cepat, di mana pohonnya sudah menghasilkan getah pada umur lima sampai enam tahun.

36 Dokumentasi Penulis



Gambar 8.
Hasil Kemeyan Desa
Hutajulu³⁷

Kemeyan yang dikelola petani di Desa Hutajulu adalah kemeyan Batak Toba (*haminjon dolok*). Kemeyan ini akan menghasilkan getah saat pohon berusia 10 tahun ke atas. Selain dari beberapa perbedaan di atas, petani juga bisa membedakan ketiga jenis kemeyan tersebut dari aroma getah yang dihasilkan pohon kemeyan.

Membudidayakan kemeyan membutuhkan proses yang panjang dan sangat diperlukan kesabaran yang tinggi, mulai dari proses menanam kemeyan, perawatan kemeyan, pengambilan getah kemeyan, dan juga penjualan getah kemeyan.

Getah yang diperoleh petani dari pohon kemeyan ada tiga jenis macam getah. Petani biasanya akan membedakan jenis getah ini ketika saat penjualan getah. Jenis getah tersebut adalah *gota disukkapi* (getah nomor satu kasar), *barbar* (getah nomor dua kasar yang ada abunya), dan *tahir* (getah nomor tiga yang sudah banyak abunya)³⁸.

Melihat potensi kemeyan yang dimiliki Desa Hutajulu, maka Desa Hutajulu dapat mengelola kemeyan yang dimiliki ke dalam produk turunan yang bernilai jual tinggi. Beragam produk turunan yang dapat dihasilkan dari kemeyan, antara lain minyak

37 Dokumentasi Penulis

38 <https://anzdoc.com/bab-ii-kemeyan-sejarah-kemeyan-di-desa-hutajulu-petani-des.html>



Gambar 9 dan 10.
Tim Peneliti Universitas Katolik Parahyangan bersama Kepala Desa Hutajulu, mahasiswa Universitas Katolik Santo Thomas Medan, dan Mian Manurung dari FES³⁹

Frankincense atau di Indonesia yang lebih dikenal sebagai minyak kemenyan yang sangat cocok untuk digunakan sebagai produk kecantikan. Minyak ini diklaim mampu melawan proses penuaan dengan cara meningkatkan regenerasi sel kulit yang membuat kulit lebih kencang, bintik-bintik hitam, dan keriput berkurang⁴⁰. Selain itu, kemenyan juga dapat digunakan untuk pembuatan dupa yang digunakan dalam upacara adat tertentu, parfum, dan lain sebagainya.

39 Dokumentasi Penulis

40 <https://www.idntimes.com/life/women/melisa-camalia-1/tetap-awet-muda-7-minyak-esensial-ini-ampuh-lawan-penuaan-dini-c1c2/full>

B. Penutup

Sebagai bentuk rekomendasi, Desa Hutajulu dapat:

1. Membuat program pemberdayaan perempuan pedesaan
2. Membuat program pelatihan keterampilan usaha terpadu
3. Membuat program pemberdayaan modal insani bagi aparatur desa
4. Membuat program pemberdayaan pemuda
5. Menggiatkan aktivitas Karang Taruna dan Gerakan PKK
6. Membuat program dan sosialisasi "Jamban Sehat"
7. Keterlibatan organisasi tani Desa Hutajulu dalam Serikat Petani Indonesia
8. Mengadakan pelatihan kewirausahaan
9. Mengadakan pelatihan teknologi informasi di desa
10. Mengoptimalkan Sumber Daya Air yang dimiliki dengan usaha air minum dalam kemasan dengan merek lokal, misalkan "Hutajulu" dalam bentuk PAMDes
11. Memaksimalkan potensi perikanan, peternakan, perkebunan, pertanian, dan perhutanan yang dimiliki, serta membuat inovasi produk untuk meningkatkan nilai jual produk
12. Mempersiapkan *homestay* bagi wisatawan yang ingin merasakan nuansa dan budaya Desa Hutajulu
13. Membuat produk turunan kemenyan secara inovatif, baik dari segi produk maupun kemasan yang dipasarkan ke masyarakat

Contoh Rencana Bisnis Desa Hutajulu "Abon Ikan Gabus"

Disusun oleh:

Cindyani Indrajati¹

Bernadet Isabella Loan²

Kanniya Maghfira Izzani³

Imelda Meidiana⁴

1. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

1.1. GAMBARAN KONDISI PASAR/KEBUTUHAN PASAR

Saat ini tren makanan yang dijual di *online shop* sedang meningkat, namun kebanyakan produk yang dijual adalah berbagai macam produk sambal seperti sambal teri, sambal cumi asin pete, sambal udang yang mana memiliki masa kadaluarsa lebih sebentar ketimbang dengan abon. Oleh karena itu kelompok memiliki ide untuk membuat abon ikan gabus yang mana belum banyak orang yang membuat produk ini dan setelah di survei banyak konsumen yang menyukai produk abon terlebih jika ada inovasi abon yang terbuat dari ikan gabus dan memiliki rasa pedas dengan 3 tingkat.

1.2. PRODUK/JASA YANG DIHASILKAN

Desa Hutajulu memiliki potensi perikanan berupa ikan gabus sebesar 100 kg per tahun. Melihat potensi ikan gabus yang melimpah, serta kandungan asam lemak, seperti *Eicosapentaenoic acid* (EPA), *Docosahexaenoid Acid* (DHA) yang berperan dalam menjaga fungsi otak dan retina mata, memiliki potensi sebagai antihipertensi karena kandungan protein yang dimilikinya, serta mendukung aktivitas antioksidan karena memiliki kandungan mineral seng, tembaga, dan besi di dalam tubuh ikan gabus, maka masyarakat Desa Hutajulu harus mengemas keunggulan ini menjadi sebuah produk lain dan disini kelompok memilih untuk

1,2,3,4 Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan

mengolah ikan gabus menjadi abon ikan gabus yang memiliki 3 varian rasa. ada original, pedas biasa dan sangat pedas. Selain itu juga di Desa Hutajulu memiliki potensi pangan berupa cabai, maka dari itu kita memanfaatkan potensi cabai tersebut menjadi varian rasa di abon ikan gabus.

1.2.1. KEUNGGULAN YANG DIMILIKI

1. Relevansi (sesuai dengan kebutuhan masyarakat) Karena saat ini tren masyarakat yang ingin hidup sehat namun ingin makan enak maka abon ikan gabus ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
2. *Marketable* (dapat dikembangkan secara komersil) Bisa dikembangkan karena produk sudah bagus, jika ada rasa yang baru maka akan menarik minat konsumen juga.
3. *User Friendly* (praktis dan mudah digunakan) Abon ikan gabus ini sangat praktis karena memiliki ukuran yang mudah dibawa kemana saja.
4. Efisien (biaya produksi rendah) Karena abon ikan gabus ini home made maka biaya produksi sangat rendah, hanya memerlukan biaya untuk membuat sticker untuk packaging dan standing pouch saja.
5. *Up to Date* (sesuai dengan tren di masyarakat) Saat ini sedang tren samyang yaitu mie dengan rasa sangat pedas, oleh karena itu abon ikan gabus ini memiliki 3 varian level yang mana level 3 sangat pedas.
6. *Available* (mengggunakan sumber daya yang ada di sekeliling kita) Pembuatan abon ikan gabus ini sangat mudah dan menggunakan sumber daya yang ada disekeliling kita dan tanpa bahan pengawet.
7. Ramah lingkungan (mengggunakan bahan-bahan yang mampu didaur ulang) Karena bahan utama ikan gabus dan bahan lain nya adalah rempah-rempah maka abon ini sangat ramah lingkungan dan ramah untuk pencernaan kita.

1.2.2. TARGET PASAR

Target pasar yang dituju adalah masyarakat yang ingin makan dengan lauk enak namun tetap sehat, bahkan untuk bahan dasar gula pun kita menggunakan *organic coconut palm sugar*. Orang yang ingin hidup sehat atau akan melakukan diet adalah target pasar kita. Kita pun tidak menargetkan batasan umur melainkan untuk semua usia dan jenis kelamin.

1.3 TARGET PENJUALAN

1.3.1. STRATEGI PEMASARAN

Strategi pemasaran yang akan dilakukan adalah melalui internet, media sosial seperti *online shop* dan bisa juga dibeli langsung pada anggota kelompok.

■ PENGEMBANGAN WILAYAH PEMASARAN

Rencana pengembangan wilayah pemasaran adalah di sekitar Desa Hutajulu dan daerah sekitar lingkungan anggota kelompok masing-masing, selain itu, wilayah pemasaran dapat diperluas dengan menerima pesanan *via Go-Send* dan *Grab Express*.

■ KEGIATAN PROMOSI

Promosi dilaksanakan pada awal dibuka usaha yaitu dengan pemasangan spanduk, iklan pemesanan melalui internet, menyebarkan brosur-brosur, dan promosi langsung ke tempat-tempat pedagang besar serta dengan cara lainnya.

■ STRATEGI PENETAPAN HARGA

Sebagai usaha baru, disini kelompok menetapkan harga sebagai berikut:

- Original Rp. 20.000 / bungkus.
- Pedas Rp. 22.500 / bungkus
- Sangat Pedas Rp. 25.000/bungkus.

Keterangan : 1 bungkus memiliki berat 100gram (1 ons)

1.3.2. ESTIMASI PENCAPAIAN

Penjualan abon ikan gabus ialah Rp. 20.000 - Rp. 25.000 (berat 100gram)

Sehingga hasil berat produk dalam 1kg adalah Rp. 200.000 - Rp. 250.000.

Produksi / hari 50kg = Rp. 10.000.000 - Rp. 12.500.000

Dikurangi : Biaya bahan baku harian Rp 237.500

Gaji karyawan Rp 125.000 x 5 orang = Rp. 362.500.

Keuntungan dari rata-rata penjualan ialah hasil produksi dikurangi biaya bahan baku ditambah gaji karyawan yaitu :

Rp. 12.500.000 - Rp. 362.500 = Rp. 12.137.500/hari

(Belum termasuk biaya depresiasi mesin dan biaya transportasi)

1.4. ANALISIS SWOT PRODUK dan PRODUK PESAING

KEUNGGULAN	KELEMAHAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Praktis & murah. 2. Lebih tahan lama dibanding makanan sambal cumi pete, dll. 3. Dapat menjadi lauk yang bergizi. 4. Baik untuk kesehatan tulang 5. Aman untuk penderita diabetes & hipertensi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peminat olahan dari ikan khususnya ikan gabus belum sebanyak peminat olahan dari daging sapi dan ayam. 2. Ketersediaan bahan baku sulit dikontrol karena jenis ikan ini tidak dipelihara di kolam.
PELUANG	ANCAMAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk unik sehingga rasa penasaran dan minat masyarakat dapat lebih tinggi dibanding abon yang pada umumnya. 2. Banyak nya peminat abon di Indonesia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk gagal atau tidak laku di pasaran 2. Perubahan iklim yang dapat mengganggu populasi ikan gabus.

■ ANALISIS PRODUK PESAING

Produk saingan dari Abon Ikan Gabus yang dihasilkan kelompok adalah produk abon lainnya, seperti abon ikan cakalang, abon sapi, abon ayam. dan lain lain. Meskipun demikian, produk buatan kelompok tidak kalah menariknya dari produk para pesaing yang sudah terlebih dahulu ada, mengingat kelompok juga menambahkan varian level tingkat kepedasan pada abon ikan gabus.

1.5. SALURAN DISTRIBUSI

WILAYAH PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI YANG DIRENCANAKAN

1. Wilayah Pemasaran

<input type="checkbox"/> Lokal	25%
<input type="checkbox"/> Regional	28%
<input type="checkbox"/> Nasional	32%
<input type="checkbox"/> Ekspor	15%

2. Jalur Distribusi

<input type="checkbox"/> Individu	<input type="checkbox"/> Distributor
<input type="checkbox"/> Industri	<input type="checkbox"/> Retailer
<input type="checkbox"/> Pemerintah	<input type="checkbox"/> Eksportir
<input type="checkbox"/> Lain – Lain	

2. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

■ STRATEGI PRODUKSI

Usaha ini termasuk agroindustri, yaitu usaha pengolahan dari hasil alam. Adapun jenis barang yang diproduksi adalah Abon ikan gabus yang sudah siap untuk dikonsumsi dan dipasarkan melalui pedagang besar maupun eceran serta dapat dibeli langsung oleh konsumen terdekat.

■ STRATEGI KEUANGAN

Konsumen dapat membayar langsung , atau dapat melalui transfer melalui Bank dan juga pembayaran 50% dahulu sebagai uang muka dan sisanya setelah barang sampai. Pembayaran dapat juga sesuai kapan datangnya barang maupun perbulan sesuai perjanjian yang telah disepakati.

3. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

3.1. DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN SEKITAR

Dampak positif dari aktivitas ini adalah membantu perekonomian masyarakat desa Hutajulu agar lebih makmur dan sejahtera dan juga melatih serta mengembangkan kemampuan mereka lewat aktivitas ini. Mengembangkan dan memaksimalkan potensi yang sangat bagus dari desa ini merupakan salah satu langkah menuju

3.2. ANALISIS RESIKO USAHA

Perubahan pendapatan nelayan terhadap ikan gabus yang bisa menurun akibat perubahan iklim dapat mengakibatkan mengurangnya hasil produksi abon ikan. Terlebih ikan gabus yang kelompok memanfaatkan adalah ikan gabus yang berasal dari alam, bukan hasil budidaya dikolam sehingga dijamin asli kandungan proteinnya

3.3. ANTISIPASI RESIKO USAHA

Untuk itu, kelompok akan selalu memerhatikan pendapatan para nelayan terhadap ikan gabus dan bekerjasama dengan pengusaha ikan disekitar lokasi agar selalu dapat memberikan dan menyiapkan ikan gabus yang sesuai dengan jumlah yang kelompok butuh dan perlukan dalam pengolahan abon ikan gabus tersebut sehingga tidak ada kendala dalam perjalanan produksinya.

LAMPIRAN. FOTO INOVASI PRODUK/JASA



Contoh Rencana Bisnis Desa Hutajulu "Cascara Tea"

Disusun oleh:

Raynaldi Candra¹

Aria Angga Purwanto²

Angelica³

Kevin Pandojo⁴

1. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

1.1. GAMBARAN KONDISI PASAR/KEBUTUHAN PASAR

Produk teh merupakan produk primadona bagi masyarakat Indonesia. Karena teh merupakan produk yang dapat dinikmati oleh berbagai macam kalangan, dari anak kecil sampai orang tua. Dengan kehidupan kelompok yang sehari-hari di kota, kami selalu merasakan hal yang instan, seperti produk-produk yang dijual di supermarket-supermarket besar. Namun, hal yang instan tidak selalu selamanya baik, karena dalam produk makanan instan selalu ditambahkan zat-zat seperti pengawet, penambah rasa, dan produk-produk kimia lainnya.

Menurut kelompok, masyarakat sudah sadar akan produk-produk yang tidak alami tersebut, maka dari itu, hal ini merupakan celah untuk produk ini masuk dalam pasar. Namun, karena produk ini adalah produk yang jarang ditemui, bahkan jarang orang yang tahu akan produk tersebut, maka hal tersebut menjadi tantangan tersendiri untuk kelompok untuk memasarkan produk ini.

1.2. PRODUK/JASA YANG DIHASILKAN

Produk yang akan kami hasilkan adalah cascara tea atau kopi yang berbahan dasar dari *cherry* kopi. Biasanya teh ini dibuat dari limbah – limbah kulit ari kopi yang sudah tidak terpakai lagi dan nantinya akan membusuk dan tidak terpakai

1,2,3,4 Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan

lagi. Sehingga kelompok mengusulkan untuk mengolah kulit ari kopi menjadi sebuah produk yang lebih berguna untuk lingkungan dan untuk tubuh kita. Selain untuk mengurangi limbah yang dihasilkan dari proses pengolahan biji kopi, teh cascara ini juga berguna untuk tubuh kita karena memiliki beberapa manfaat yang berguna bagi tubuh kita.

Pengolahan kulit ari dari biji kopi juga selain digunakan untuk dijadikan sebagai teh, produk ini juga dapat digunakan untuk pupuk sehingga ada dua cara pengolahan dari limbah kulit biji kopi ini sehingga pemanfaatannya sudah terbilang cukup baik. Tetapi yang ingin ditonjolkan disini adalah bagaimana cara pengolahan produk kulit ari biji kopi menjadi teh cascara.

Cascara ini telah menjadi komoditas bahan pangan yang sudah lama bagi negara-negara di eropa sehingga potensi untuk para petani kopi di hutajulu mengingat kebanyakan warna / anak – anak muda di Hutajulu hanya berjenjang pendidikan SMA saja dan kebanyakan dari mereka menjadi petani di desanya sehingga selain memproduksi kemenyan desa Hutajulu juga memiliki potensi perkebunan yang cukup luas sehingga kopi dapat menjadi komoditas kedua setelah kemenyan.

Jadi dibawah ini adalah beberapa kegunaan dari produk ini untuk tubuh kita :

1. Untuk menjaga daya tahan tubuh
2. Mencegah kanker
3. Sebagai penurun asam lambung
4. Menjaga kesehatan otak
5. Menjaga kesetabilan *mood*
6. Mengencangkan kulit
7. Mencegah penuaan dini

Dari segi rasa, walaupun teh cascara berbahan dasar kopi, namun teh cascara tidak memiliki citarasa kopi sedikitpun sehingga kadar kafein yang dihasilkan oleh teh cascara sangat sedikit. Teh ini menawarkan cita rasa yang cenderung manis dan juga nikmat sehingga banyak sekali peminatnya. Sehingga dengan meningkatnya peminat dari teh cascara ini membuat desa hutajulu dengan potensi biji kopinya yang mencapai 1087kg pertahun membuat limbah yang dihasilkan juga banyak sehingga dengan limbah yang banyak untuk dibuat teh

cascara membuat para petani disana dapat menerima pendapatan tambahan dari berjualan teh cascara ini.

1.2.1. KEUNGGULAN YANG DIMILIKI

1. *Originalitas* (belum pernah dibuat orang lain)
Mungkin ini bukan sebuah produk yang baru atau pertama di Indonesia tetapi ini produk mengadaptasi dari beberapa penemuan orang yang sudah melakukan penjualan terhadap teh cascara ini sehingga untuk terdapatnya potensi kopi di desa Hutajulu membuat kelompok kami mengangkat teh cascara ini sebagai sebuah unit bisnis baru bagi petani – petani di desa Hutajulu itu sendiri selain komoditas utama mereka yakni kemenyan.
2. *Relevansi* (sesuai dengan kebutuhan masyarakat)
Dengan tren masyarakat di tahun 2019 yang mulai menggemari makanan dan minuman sehat membuat teh cascara ini cocok untuk mulai dipasarkan sebagai salah satu bahan dasar atau bahan baku minuman sehat karena mengingat proses pengolahan dan pembuatannya tidak menggunakan penambahan bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh penikmatnya. Sehingga teh ini cocok untuk dijadikan sebagai sarana promosi sebagai sebuah minuman yang menyehatkan.
3. *Marketable* (dapat dikembangkan secara komersil)
Teh cascara dapat dikembangkan secara komersil mengingat jenis teh ini sudah mejadi komoditas di beberapa negara maju, sehingga untuk di Indonesia mengingat penggemar teh di Indonesia terus bertambah setiap tahunnya membuat teh cascara dapat diproduksi secara komersil.
4. *User Friendly* (praktis dan mudah digunakan)
Untuk mengolah teh ini hanya cukup diseduh atau dituangkan pada sebuah gelas dan diberi air panas secukupnya sehingga proses pengolahannya akan sangatlah cepat dan mudah sehingga tidak merepotkan dan membutuhkan waktu yang lama, serta dalam tahap proses pengolahannya juga terbilang cepat karena hanya membutuhkan waktu 1 minggu saja untuk membuat kulit biji kopinya dari basah menjadi kering dan siap dijual sebagai teh cascara.

5. Efisien (biaya produksi rendah)
Dengan adanya sumberdaya yang tersedia dan langsung memanfaatkan bahan baku dari kebun di desa Hutajulu membuat proses pengolahan ini menggunakan biaya yang sedikit karena bahan bakunya terbilang gratis, para petani memiliki kebun kopi bisa mengolah ini dan menjual dengan harga yang cukup mahal sehingga mendapatkan keuntungan yang cukup besar mengingat teh ini merupakan sebuah limbah yang tidak terpakai kemudian digunakan kembali sebagai sebuah teh.
6. Kompetitif (menawarkan sesuatu yang lebih dari produk yang sudah ada)
Dengan beragam manfaat yang ditawarkan oleh teh cascara ini jika di dibandingkan dengan beberapa teh konvensional lainnya (teh hijau teh hitam, dan lainnya) teh cascara ini lebih memiliki keunggulan dalam segi rasa yang cenderung manis jika dibandingkan dengan teh biasanya yang bercitarasa pahit dan cenderung tawar.
7. *Up to Date* (sesuai dengan tren di masyarakat)
Dengan tren masyarakat di tahun 2019 yang mulai menggemari makanan dan minuman sehat membuat teh cascara ini cocok untuk mulai dipasarkan sebagai salah satu bahan dasar atau bahan baku minuman sehat karena mengingat kalau proses pengolahan dan pembuatannya tidak menggunakan penambahan bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh penikmatnya. Sehingga teh ini cocok untuk dijadikan sebagai sarana promosi sebagai sebuah minuman sehat.
8. *Available* (menggunakan sumber daya yang ada di sekeliling kita)
Menggunakan sumberdaya yang sudah ada disekitar Desa Hutajulu seperti sumberdaya manusia (khususnya petani) dapat mempekerjakan para petani dari desa Hutajulu mengingat mayoritas penduduk di desa Hutajulu berprofesi sebagai petani. Mengingat potensi utama dari desa Hutajulu adalah kemenyan tetapi selain kemenyan desa Hutajulu juga memiliki potesni biji kopi yang cukup besar yaitu sebesar 1087Kg sehingga denga potensi yang besar para petani di Desa Hutajulu dapat menggunakan sumberdaya biji kopo dan kulit kopi dari desanya saja sehingga tidak memerlukan untuk mengambil atau membeli dari desa – desa tetangganya. Sehingga akan menghemat beberapa biaya sehingga biaya produksi akan menurun

dan dapat meningkatkan harga jual sehingga margin keuntungan akan meningkat.

9. *Sustainable* (mempunyai fungsi jangka panjang)

Dengan berbagai macam manfaat yang ditawarkan oleh teh cascara membuat teh ini akan bertahan untuk jangka panjang dan akan semakin digemari oleh masyarakat di desa Hutajulu ataupun di Indonesia dengan berbagai macam manfaat yang ditawarkan membuat teh ini akan semakin diminati.

10. Ramah lingkungan (menggunakan bahan-bahan yang mampu didaur ulang)

Teh cascara ini sangat ramah lingkungan karena menggunakan bahan dasar yang dapat dibuang "limbah" dari hasil pengolahan biji kopi yang menyisakan kulit arinya dan setelah terpisah dari bijinya kulit ini sudah mengering dan akan terus dikeringkan dibawah sinar matahari hingga tidak ada kandungan airnya lagi dan dapat menjadi pengawet makanan yang sifatnya alami sehingga tidak menggunakan bahan kimia sama sekali untuk proses pengawetan teh cascara tersebut.

1.2.2. TARGET PASAR

Target pasar yang akan kami bidik adalah anak anak muda dan orang tua yang tinggal di perkotaan besar yang sudah sadar akan kesehatan dan bagi mereka yang menyukai produk yang berbahan alami tanpa ditambah zat zat aditif dalam makanan atau minuman sehari hari.

Lebih lanjut lagi kedepannya juga akan dipasarkan kepada pasar internasional dengan target utama negara-negara yang terkenal masyarakatnya menyukai minum teh seperti negara-negara di benua Eropa, kemudian Jepang dan Tiongkok.

Ditambah lagi di negara-negara tersebut sulit tumbuh tumbuhan kopi karena kondisi alam yang tidak mendukung sehingga produk teh cascara yang kami gagas ini memiliki keunggulan baik di segi *value* dan bahan baku.

1.3 TARGET PENJUALAN

1.3.1. STRATEGI PEMASARAN

Strategi penjualan yang akan kami lakukan selain dengan menggunakan *platform online* yang dapat diakses oleh kalangan manapun juga menawarkan secara intensif dengan bentuk kerja sama atau kongsi dengan toko-toko *retail* yang ada di kota-kota besar ataupun dengan perusahaan di bidang *food and baverage* seperti *café*. Untuk dapat mencapai pasar internasional juga dapat dengan bekerja sama dengan komunitas-komunitas eksportir untuk mendapat informasi lebih mengenai *buyer* yang ada.

■ PENGEMBANGAN WILAYAH PEMASARAN

Kota besar yang terdekat dengan Desa Hutajulu adalah Pematangsiantar. Jual dengan sistem kongsi dengan perusahaan ritel yang ada hingga akhirnya mampu menjangkau kota-kota besar lainnya di Pulau Sumatera seperti Medan, Aceh, Pekanbaru, Bukittinggi, Jambi, hingga akhirnya bisa disalurkan di Pulau Jawa baik melalui *retail* maupun *café*. Setelah dapat menjangkau Pulau Jawa khususnya Ibu Kota Jakarta, barulah mencari cara agar dapat pula dijual hingga ke mancanegara seperti dengan mengikuti komunitas eksportir, ikut pelatihan mengenai ekspor impor dan lain sebagainya. Selain itu juga *platform online* dengan basis pasar internasional dapat pula digunakan seperti Alibaba.

■ KEGIATAN PROMOSI

Kegiatan promosi yang akan kelompok kami lakukan adalah memasarkan produk ini di media sosial seperti Instagram, Facebook, Alibaba, dll. dengan fungsi menambah daya beli masyarakat sekitar. Selain itu juga dengan memasarkan langsung ke penjual yang dapat kita sebut sebagai *partner*. Dalam konten dan kemasan yang akan lebih ditekankan adalah informasi yang bersifat edukatif kepada para calon pembeli. Edukatif mengenai khasiat produk dan juga cara pengolahan. Selain itu juga siapa saja orang-orang dibalik pembuatan produk ini sehingga dapat meningkatkan rasa emosional kepada para pembeli bahwa produk "orang daerah" pun tidak kalah dengan produk yang berasal dari perusahaan-perusahaan besar lainnya.

■ STRATEGI PENETAPAN HARGA

Harga yang ditetapkan tidak perlu memiliki margin yang terlalu tinggi. Fokus utama adalah bagaimana caranya agar kuantitas yang dijual tinggi. Dengan kuantitas produk yang dijual tinggi maka tenaga kerja di daerah tersebut dapat lebih lagi terserap. Keuntungan yang didapat ketika penjualan rendah mungkin juga akan rendah, namun ketika *brand image* sudah terbentuk dan posisi produk sudah tepat dengan penjualan yang berkelanjutan maka penghasilan yang didapat pun akan semakin meningkat dan gaji yang diterima pun dapat ditingkatkan. Sehingga akhirnya dapat menjadi sebuah usaha dengan produksi masal.

1.3.2. ESTIMASI PENCAPAIAN

Jika biji kopi per tahun yang dapat dihasilkan sebanyak 1087 kg, sedangkan berat biji kopi kurang lebih 46% dari buah keseluruhan. Sehingga buah kopi sendiri kurang lebih seberat 2.363kg. Bahan baku dari teh cascara ini adalah kulit buahnya yang kurang lebih memiliki berat 38% dari buah keseluruhan. Sehingga produksi bahan baku teh cascara secara tidak sadar adalah sebesar 909 kg per tahun.

Seperti yang telah dituliskan sebelumnya, fokus yang ingin dicapai adalah jumlah kuantitas produk yang dapat dijual. Sehingga jika diasumsikan tidak ada produk yang gagal, maka dalam satu tahun perlu menjual 909 kg. Dengan rata-rata satu *pack* teh adalah 25 gram, maka perlu menjual 36.360 *pack* dalam satu tahun atau 3.030 *pack* satu bulan. Dengan UMR sebesar 2,3 juta rupiah untuk satu orang dan ini menjadi biaya yang tetap harus dibayarkan, maka perhitungannya sebagai berikut:

Dengan asumsi memperkerjakan 10 orang, maka setiap orang dalam satu bulan harus dapat menyelesaikan 303 *pack*. Dengan asumsi keuntungan kotor dapat mencapai 80% dari penjualan dan biaya tetap yang harus dibayarkan adalah 2,3 juta rupiah per bulan, maka penjualan yang harus dicapai minimal sebesar Rp 2.875.000,-. Bila satu orang harus dapat menyelesaikan 303 *pack* maka satu *pack* dapat dihargai Rp 9.488,- untuk harga terendah karena belum ditambahkan biaya produksi yang variabel. Dengan harga yang demikian maka kita dapat bersaing melawan harga teh-teh kesehatan dan teh cascara lain yang ada dipasaran.

1.4. ANALISIS SWOT PRODUK dan PRODUK PESAING

KEUNGGULAN	KELEMAHAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sumberdaya sudah tersedia 2. Dekat dengan tempat produksi 3. Kesegaran tetap terjaga 4. Harga lebih bersaing karena para petani disana menggunakan bahan baku yang sudah ada dan tidak mengambil ke pemasok lainnya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak orang belum mengenal teh cascara ini 2. Produk susah untuk didapatkan 3. Produk banyak pesaingnya 4. Membutuhkan waktu yang cukup lama untuk masyarakat Indonesia mengenal produk
PELUANG	ANCAMAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan berjuta manfaat yang ditawarkan masyarakat harusnya merasa tertarik dengan produk teh cascara ini 2. Produksi teh cascara bias dilakukan sepanjang tahun. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk akan di duplikasi 2. Banyak produk rusak karena permintaan masyarakat masih kecil 3. Petani tidak ingin mencoba membuat teh cascara

■ ANALISIS PRODUK PESAING

Produk pesaing lainnya adalah teh dengan kandungan bahan herbal, yang banyak sekali berada di pasaran, seperti teh yang berasal dari bunga rosella, teh jagung, dan banyak lagi. Menurut kelompok, berbagai macam produk yang sudah kelompok sebutkan tadi sudah tidak terdengar asing lagi di telinga masyarakat. Namun untuk Cascara Tea masih belum familiar di masyarakat dan lebih menariknya lagi, produk ini berasal dari tanaman kopi.

1.5. SALURAN DISTRIBUSI

WILAYAH PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI YANG DIRENCANAKAN

1. Wilayah Pemasaran

<input type="checkbox"/> Lokal	20%
<input type="checkbox"/> Regional	30%
<input type="checkbox"/> Nasional	30%
<input type="checkbox"/> Ekspor	20%

2. Jalur Distribusi
- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Individu | <input type="checkbox"/> Distributor |
| <input type="checkbox"/> Industri | <input type="checkbox"/> Retailer |
| <input type="checkbox"/> Pemerintah | <input type="checkbox"/> Eksportir |
| <input type="checkbox"/> Lain – Lain | |

2. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

■ STRATEGI PRODUKSI

1. Pisahkan antara biji kopi dengan kulitnya (tidak semua kulit kopi bisa dijadikan teh cascara hanya kulit kopi yang matang sempurna dan sudah berwarna merah yang bisa dijadikan teh cascara jika kulit yang berwarna kuning atau hijau rasa tehnya akan berbeda dan tidak sempurna)
 2. Kulit kopi lalu dijemur dibawah terik matahari sampai kering
- Dengan dua tahapan tersebut para petani dapat belajar untuk mengolah atau membuat teh cascara, dan untuk menambahkan cita rasa dari teh cascara dapat ditambahkan juga beberapa rempah – rempah seperti jahe, sereh dan kayu manis.

■ STRATEGI KEUANGAN

Investasi awal atau modal hanya diberikan untuk hal-hal sederhana seperti *packaging*, alat perekat *packaging*, tempat penjemuran, dan gudang, untuk bahan baku sendiri tidaklah mahal karena produk ini adalah produk residu dari pengolahan biji kopi yang lebih terkenal komoditasnya. Dengan demikian kelompok berharap bahwa setiap pegawai dapat digaji dengan tingkat UMR yaitu Rp 2.300.000,-.

Dengan gaji yang demikian dan sumber daya yang melimpah maka perlu difokuskan pada penjualan berbasis kuantitas dibandingkan dengan menjual dengan untung yang besar. Lagipula setelah dihitung secara kasar, dengan keuntungan sebesar 80%, harga jual tetap dapat bersaing dengan kondisi pasar yang ada.

3. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

3.1. DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN SEKITAR

Dampak Positif Bagi Lingkungan dan Masyarakat :

1. Masyarakat mendapatkan pendapatan tambahan
2. Limbah dari pengolahan biji kopi akan berkurang
3. Desa Hutajulu dapat dikenal oleh masyarakat
4. Tidak ada yang terbuang dari hasil pengolahan kopi .

Dampak Negatif Bagi Lingkungan Dan Masyarakat :

- Masyarakat akan mengeksploitasi hutan untuk dijadikan kebun kopi

3.2. ANALISIS RESIKO USAHA

Resiko usaha yang akan dihadapi oleh pengolahan limbah kopi dan dijadikan teh cascara ini adalah seperti faktor –faktor cuaca yang tidak menentu beberapa tahun terakhir ini di Indonesia, hal tersebut membuat proses pengolahan kopi akan semakin lama dalam proses penjemurannya, sehingga akan menunda proses produksi dari teh cascara itu sendiri.

Selain dari faktor cuaca, faktor yang mempengaruhi adalah pembeli mengingat untuk proses sosialisasi dari produk ini masih kurang baik di Indonesia membuat proses penjualan dan pengenalan produk ini akan lebih sulit jika di bandingkan dengan produk – produk teh lainnya yang sudah lebuah dulu dikenal oleh masyarakat di Indonesia.

Selain itu faktor legalitas dari pemerintah mengei produk baru ini karena membutuhkan beberapa ijin edar seperi izin produksi, izin berjualan dan Logo Halal yang cukup membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mendapatkan sertifikasi seperti itu. Faktor lainnya yaitufaktor ketersediaan bahan baku yaitu biji kopi mengenal kopi masa panen nya setahun dua kali sehingga untuk bulan – bulan tertentu proses produksinya akan berhenti sehingga penjualan akan minim.

3.3. ANTISIPASI RESIKO USAHA

Dalam mengantisipasi resiko – resiko yang akan terjadi, teh cascara dapat menggunakan mesin pembantu untuk proses pengeringan kulit dari biji kopi, sehingga jika ketika cuaca kurang mendukung, maka para petani dapat menggunakan mesin untuk membantu merreka dalam proses produksi sehingga dapat berjalan sesuai dengan rencana yang sudah di tentukan.

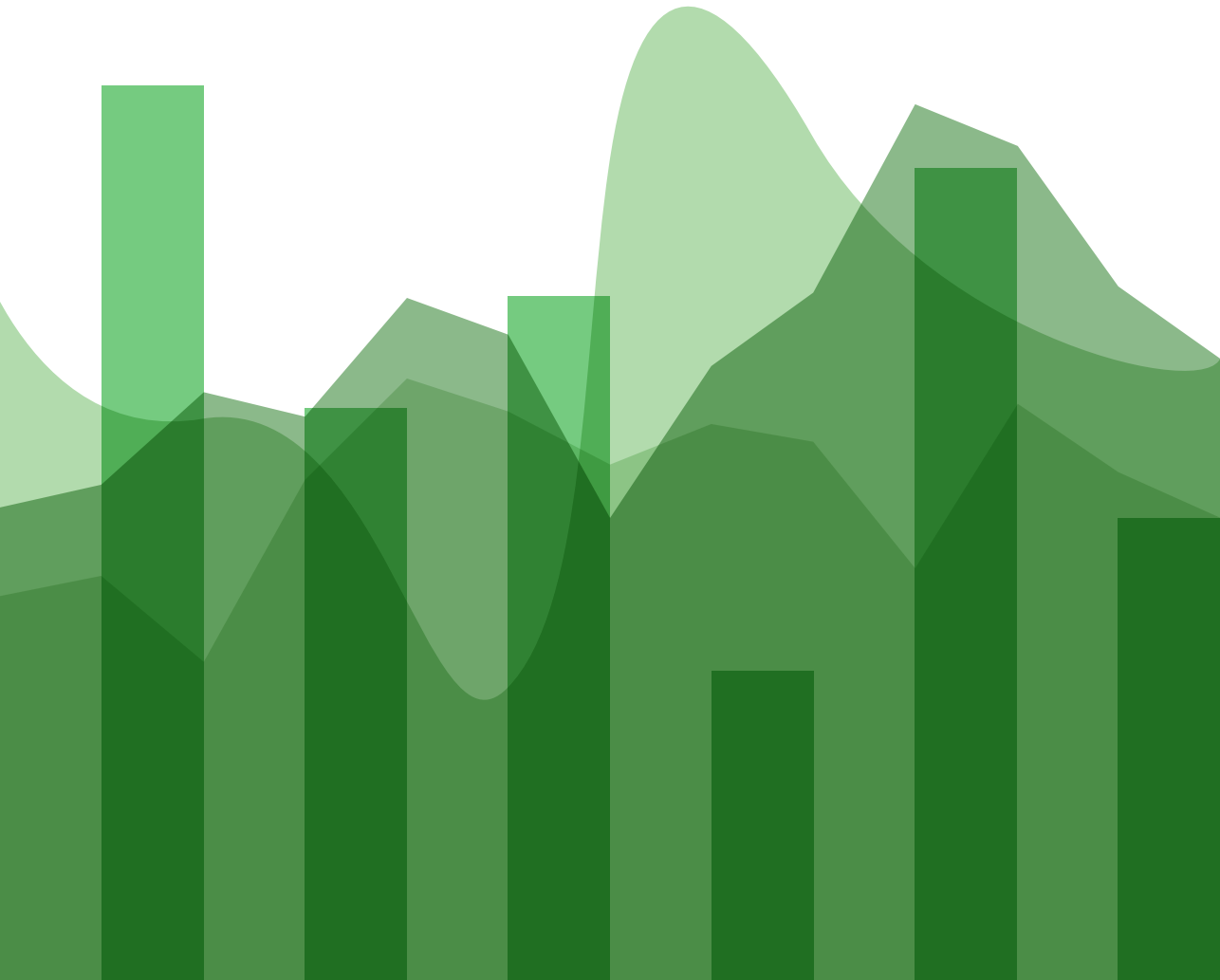
Pada proses pengenalan produk akan melakukan media sosial karena seperti kita ketahui media sosial merupakan salah satu tempat promos yang mudah digunakan dan terbilan murah karena hampir seluruh orang menggunakan media sosial itu sendiri. Selanjutnya, untuk pengenalannya kepada publik sebelum produk diluncurkan, kami akan melakukan pengenalan terlebih dahulu agar masyarakat akan mengenal produk teh cascara terlebih dahulu.

Proses sertifikasi dan izin akan di urus ketika sebuah produk akhir sudah jadi dan akan dibawa kepada pihak – pihak bersangkutan untuk di uji dan di test apakah lolos untuk perizinan dan sertifikasi halal itu sendiri, mengingat produksi kopi tidak bersifat terus - menerus selama setahun, maka produksi teh cascara harus dilakukan dalam produksi masal sekali buat atau sekali panen mengingat masa simpan teh cascara cukup lama kerena kandungan air didalamnya telah hilang sehingga lebih awet dari bakteri dan jamur di udara.

LAMPIRAN. FOTO INOVASI PRODUK/JASA



DESA **SIHIKKIT**



Analisis Data Desa Sihikkit

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.⁴¹

A. Pengantar

Membangun desa secara berkelanjutan sudah menjadi tekad pemerintah dari tahun ke tahun hingga saat ini dan akan terus berlangsung hingga waktu yang panjang di masa mendatang. Pemerintah, baik pusat maupun daerah telah mengalokasikan dana yang sangat besar tiap tahunnya untuk mewujudkan pembangunan di perdesaan dengan berbagai program, baik yang berasal dari pemerintah pusat maupun usulan dari pemerintah dan masyarakat desa.

Dalam praktiknya, pembangunan di desa menampilkan program/kegiatan yang bersifat rutin sehingga sasaran yang ingin dicapai bisa jadi belum tentu sesuai dengan kebutuhan warga masyarakat desa. Oleh karena itu, kegiatan yang berkaitan dengan pendataan potensi desa ini lebih merupakan upaya untuk memberikan pedoman bagi pemerintah dan masyarakat desa dalam rangka menentukan prioritas pembangunan yang akan dilakukan di desa yang bersangkutan. Prioritas yang ditetapkan sudah semestinya didasarkan pada data yang dimiliki oleh desa. Dengan data yang ada, maka akan diketahui masalah/isu apakah yang dihadapi, demikian juga data mengenai potensi apakah yang dimiliki oleh desa. Dengan demikian, data yang dimiliki ini bisa menjadi dasar penentuan perencanaan pembangunan desa, baik jangka pendek, menengah, dan panjang.

Data dinamis yang terus dapat berubah dengan mengikuti perubahan, baik yang langsung berkaitan dengan demografi maupun potensi yang ada pada akhirnya akan menjadi dasar untuk menentukan strategi pencapaian tujuan dari pembangunan di desa secara berkelanjutan sesuai dengan peta jalan (*road map*) yang sudah ditentukan bersama-sama berbasis pada data yang sudah dimiliki.

41 Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan

1. Gambaran Umum Desa Sihikkit



Gambar 1.
Suasana Desa Sihikkit⁴²

Desa Sihikkit merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan. Kondisi geografis desa ini lebih banyak didominasi oleh kawasan perbukitan yang ditumbuhi aneka ragam tanaman, baik kemenyan, kopi, alpukat, dan tanaman lainnya yang dapat menghasilkan untuk dikonsumsi oleh warga desa sendiri. Selain itu juga terdapat beberapa kawasan yang ditanami tanaman padi. Desa ini bisa dikatakan diliputi oleh kawasan yang berbukit, sehingga akan semakin menambah menariknya kawasan ini. Oleh karena itu, tidak mengherankan seandainya desa ini juga bisa diarahkan untuk menjadi desa wisata dikarenakan adanya potensi untuk mengelola beberapa lokasi yang dapat dijadikan lokasi wisata, seperti air terjun dan juga kawasan untuk *camping ground*.

Desa Sihikkit yang memiliki berbagai potensi tentu saja akan sangat mendukung upaya untuk melakukan pembangunan desa di berbagai bidang. Pembangunan yang dilakukan tentu saja diharapkan akan dapat sesuai dengan kebutuhan warga desa. Oleh karena itu, pemerintah desa dan masyarakat harus dapat menentukan prioritas yang disesuaikan dengan berbagai pertimbangan, seperti tujuan/sasaran, waktu, dan ketersediaan dana.

42 Dokumentasi Penulis



Gambar 2.
Potensi Air Terjun
di Desa Sihikkit ⁴³

Untuk menentukan prioritas tersebut, maka langkah untuk melakukan pendataan yang dilakukan oleh Desa Sihikkit bersama dengan 5 desa lainnya merupakan langkah yang sangat tepat. Data yang dimiliki akan menjadi dasar bagi pemerintah desa dan masyarakat dalam menetapkan program-program pembangunan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pada bagian berikut ini akan dipaparkan beberapa data yang diperoleh melalui survey yang dilakukan sendiri oleh aparat dan warga desa. Data kemudian disajikan dalam bentuk narasi/analisis sehingga pemerintah dan warga desa dapat lebih mudah memahami persoalan yang ada di desa serta dapat menentukan langkah yang tepat untuk merespon dan menentukan program dan kegiatan dalam kerangka pembangunan desa yang berkelanjutan.⁴³

2. Tujuan Pendataan Desa Sihikkit

Pada dasarnya kegiatan pendataan ini dilakukan sebagai langkah untuk:

- a. Mengetahui berbagai permasalahan yang ada di desa yang sudah atau mungkin belum diketahui, baik oleh pemerintah desa maupun oleh masyarakat desa.
- b. Mengetahui berbagai potensi yang dimiliki, baik yang menyangkut sumber daya manusia maupun sumber daya alam yang terdapat di desa.

43 Dokumentasi Penulis

- c. Mendukung pembuatan kebijakan, program, atau kegiatan sebagai respon terhadap berbagai permasalahan dan potensi berdasarkan prioritas yang ditentukan dalam perencanaan pembangunan desa.

3. Pelaksana Pendataan

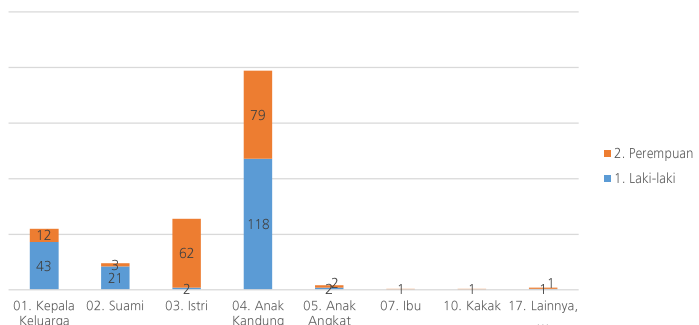
Kegiatan pendataan ini dilakukan atas kerja sama antara pihak-pihak:

- a. Kementerian Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Republik Indonesia
- b. Pemerintah Daerah Kabupaten Humbang Hasundutan
- c. Friedrich Ebert Stiftung – Jerman (Perwakilan Indonesia)
- d. Universitas Katolik Parahyangan - Bandung
- e. Universitas Katolik Santo Thomas - Medan

4. Komposisi Penduduk Desa Sihikkit Dari Jenis Kelamin

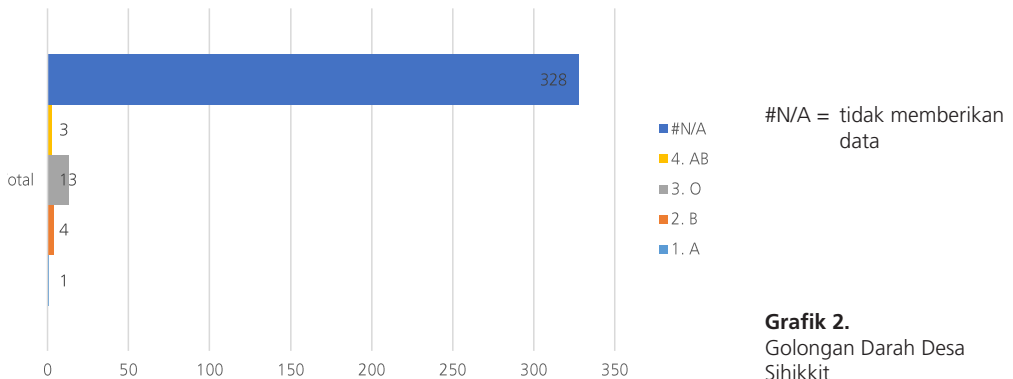
Dari survey yang telah dilakukan di Desa Sihikkit menunjukkan bahwa komposisi warga dilihat dari jenis kelamin bisa dikatakan hampir seimbang. Jika dilihat dari tabel menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan jumlah yang menyolok antara jumlah laki-laki dan perempuan di desa tersebut. Jika dilihat dari jumlah suami – istri – anak menunjukkan bahwa jumlah laki-laki di desa tersebut sebesar 183 orang dan jumlah perempuan sebesar 153 orang. Jumlah tersebut tidak terpaut banyak. Memang dari sisi anak yang dimiliki sebagian besar adalah 118 anak laki-laki dan 79 anak perempuan.

Kondisi ini akan sangat baik ketika dilihat dari sudut pandang *gender*, khususnya yang nantinya terkait dengan persamaan kesempatan bagi laki-laki dan perempuan dalam



Grafik 1.
Status Hubungan Dalam
Keluarga dan Jenis Kelamin

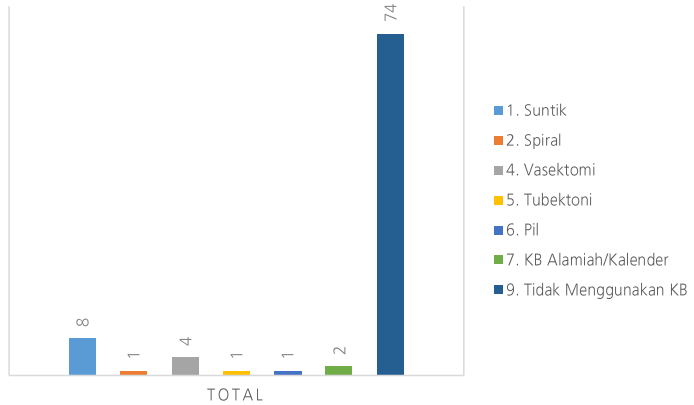
mengisi kesempatan-kesempatan, baik dalam hal berpartisipasi dalam pembangunan atau untuk mengakses peluang lapangan pekerjaan yang ada di desa. Bahwa kecenderungan dominasi laki-laki dalam berbagai aspek kehidupan di desa secara bertahap dapat diimbangi dengan kehadiran dan peran perempuan di desa tersebut.



5. Golongan Darah dan Kesejahteraan Keluarga

Pengumpulan informasi mengenai identitas warga, khususnya yang terkait dengan data golongan darah juga dilakukan sebagai antisipasi terhadap tindakan yang harus dilakukan jika terjadi peristiwa yang membutuhkan informasi tentang golongan darah. Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagian besar warga di Desa Sihikkit belum diketahui golongan darahnya. Kondisi ini tentu saja harus mendapatkan perhatian bagi seluruh warga dan pemerintah desa untuk melakukan suatu langkah dengan kegiatan untuk mendata dan menginformasikan golongan darah setiap warga desa.

Berdasarkan data yang diperoleh khususnya yang terkait dengan akseptor KB menunjukkan bahwa sebagian besar warga di Desa Sihikkit belum mengikuti program Keluarga Berencana. Hal ini tentu saja harus menjadi perhatian semua pihak dalam rangka mengendalikan pertumbuhan penduduk di Desa Sihikkit. Isu kependudukan sudah harus menjadi prioritas mengingat persoalan kependudukan akan berdampak meluas pada persoalan-persoalan sosial lainnya.

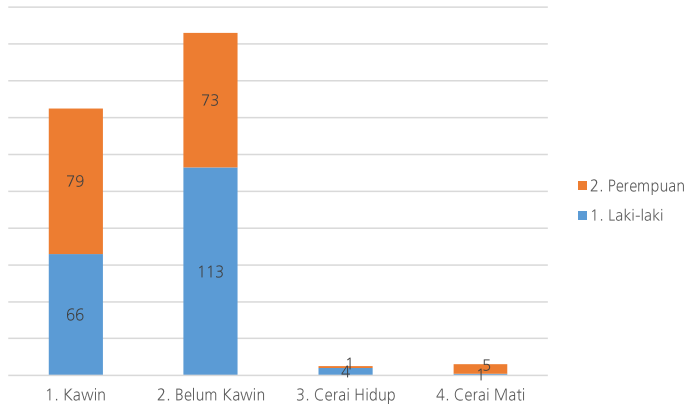


Grafik 3.
 Akseptor KB Desa Sihikit

Dalam banyak kasus menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang banyak dan tidak diimbangi dengan kekuatan ekonomi yang bisa diandalkan, maka hal ini akan dapat menimbulkan masalah yang berujung pada munculnya masalah kemiskinan. Oleh karena itu perlu ada upaya antisipasi dengan cara memperkenalkan/sosialisasi pola hidup sehat sejahtera dengan membatasi jumlah anak yang disesuaikan dengan kemampuan ekonomi. Dengan membatasi jumlah anak maka paling tidak akan mengurangi beban ekonomi keluarga.

6. Status Perkawinan

Dari data yang ada menunjukkan bahwa komposisi penduduk di Desa Sihikit dilihat dari status perkawinan masih banyak yang belum kawin ada 186 orang. Sedangkan mereka yang sudah kawin 145 orang. Memang belum nampak pada rentang usia berapakah mereka yang kebanyakan belum kawin. Hal ini tentu saja dapat menjadi bahan kajian bagi perangkat dan masyarakat desa untuk membuat program/kegiatan, khususnya bagi mereka yang masih belum kawin, yaitu yang terkait dengan informasi persiapan perkawinan sehingga pada saatnya nanti mereka berkeluarga sudah dapat mempunyai wawasan dan dapat mempersiapkan diri baik secara mental dan fisik. Kegiatan ini akan sangat membantu pemerintah dan lembaga keagamaan dalam upaya untuk meminimalisir angka perceraian. Demikian juga kegiatan persiapan perkawinan ini juga akan membantu mewujudkan keluarga yang sehat dan harmonis.



Grafik 4.
Status Perkawinan dan Jenis Kelamin

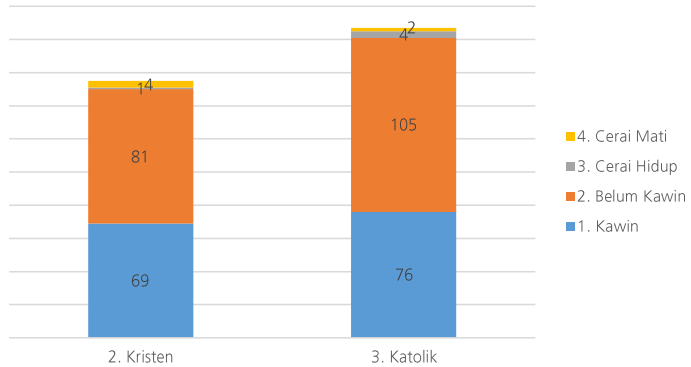
Sisi lain yang perlu diperhatikan adalah bahwa mereka yang masih berada dalam usia belum kawin adalah bahwa mereka perlu dipersiapkan menjadi warga masyarakat yang mempunyai kompetensi tertentu. Oleh karena itu, pemerintah desa bisa membuat aneka pelatihan keterampilan yang bersifat pemberdayaan, baik secara ekonomi dan sosial. Misalnya pelatihan yang berkaitan dengan permesinan, pembuatan makanan khas desa, dan juga kerajinan tangan yang berbahan lokal. Dengan demikian, mereka juga dipersiapkan untuk ikut serta dalam upaya memajukan potensi lokal melalui inovasi-inovasi yang diperkenalkan dalam pelatihan-pelatihan tersebut.

Dari grafik juga dapat dilihat bahwa terdapat perceraian (cerai hidup) juga di Desa Sihikkit. Meski jumlah masih sedikit (4 kasus), namun hal ini juga perlu mendapat perhatian supaya keluarga-keluarga di Desa Sihikkit dapat tetap mempertahankan status perkawinannya agar tidak terjadi perceraian. Apalagi dalam tradisi perkawinan di gereja (Katolik/Kristen) sebenarnya tidak mengenal perceraian kecuali ada kondisi sangat khusus, sehingga perceraian tidak bisa dihindarkan.

7. Agama dan Perkawinan

Dari tabel yang ada menunjukkan bahwa mayoritas warga di Desa Sihikkit beragama Kristen Katolik dan Kristen Protestan. Oleh karena itu, perkawinan di antara mereka semakin menegaskan mayoritas pemeluk agama. Kondisi ini tentu saja juga harus menjadi perhatian bagi pemerintah desa dan warganya bahwa suatu saat kemungkinan bisa terdapat warganya, baik warga asli desa ataupun karena pendatang yang mempunyai

Grafik 5.
Agama dan Status Perkawinan

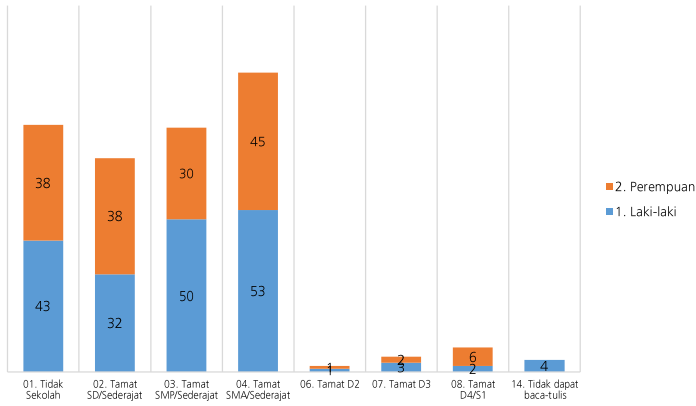


agama atau keyakinan lain di luar Katolik atau Kristen. Demikian juga kemungkinan terjadinya pernikahan beda agama. Oleh karena itu, warga juga harus diberi berbagai informasi yang sifatnya membuka kesadaran dan wawasan bahwa negara Indonesia pada dasarnya merupakan suatu bangsa yang diwarnai oleh tingkat kemajemukan yang sangat tinggi, baik dilihat dari aspek suku, agama, adat istiadat, ras, budaya, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, sikap keterbukaan harus mulai diintroduksikan kepada warga desa dengan memberikan berbagai kegiatan yang bertema wawasan kebangsaan.

Jika dilihat dari grafik tersebut memang belum nampak pada usia berapakah rata-rata usia perkawinan mereka, baik mereka yang berlatar belakang agama Katolik maupun Kristen. Dalam hal usia perkawinan sudah semestinya sangat diperhatikan oleh semua pihak, baik orang tua maupun lembaga pemerintah dan keagamaan. Hal ini menjadi sangat penting mengingat aspek kedewasaan dan kematangan pribadi sangatlah dibutuhkan bagi mereka yang akan memasuki kehidupan berkeluarga.

8. Tingkat Pendidikan Warga Desa

Dari tabel yang ada menunjukkan bahwa tingkat pendidikan warga Desa Sihikit kebanyakan masih berada setingkat sekolah menengah dan sekolah dasar. Bahkan masih banyak terdapat warga desa yang tidak sekolah (81 orang). Memang mereka yang masuk kategori tidak sekolah ini belum teridentifikasi kelompok usianya. Kondisi ini tentu saja menarik untuk menjadi perhatian berbagai pihak, khususnya aparat pemerintah desa untuk meningkatkan kondisi pendidikan warga. Mereka yang bisa menyelesaikan studi hingga diploma dan sarjana hanya ada 8 orang.



Grafik 6.
Tingkat Pendidikan
Warga Desa

Tantangan yang dihadapi lainnya adalah upaya untuk meningkatkan kompetensi bagi mereka yang hanya bisa menyelesaikan pendidikannya sampai jenjang SD, SMP, dan SMA. Dalam hal ini perlu ada upaya yang inovatif untuk meningkatkan kemampuan mereka sehingga warga yang tingkat pendidikannya masih rendah atau bahkan mereka yang tidak sekolah dapat memiliki keterampilan dalam bidang tertentu melalui pendidikan tambahan atau kursus keterampilan. Sebagaimana diketahui bahwa mereka yang baru lulus SD, SMP, dan SMA pada dasarnya belum mempunyai keterampilan khusus yang bersifat praktis untuk mengerjakan sesuatu yang konkrit.

Pendidikan keterampilan yang diselenggarakan oleh desa ini akan sangat baik jika disesuaikan dengan kondisi dan potensi desa yang bisa dikembangkan untuk kemajuan masyarakat desa. Pendidikan keterampilan yang terkait dengan pengelolaan hutan atau tanaman yang ada di Desa Sihikkit tentu saja menjadi suatu pilihan yang sangat tepat. Dengan demikian, produksi hasil hutan bisa semakin ditingkatkan sehingga dapat berdampak pada peningkatan kehidupan ekonomi warga desa.

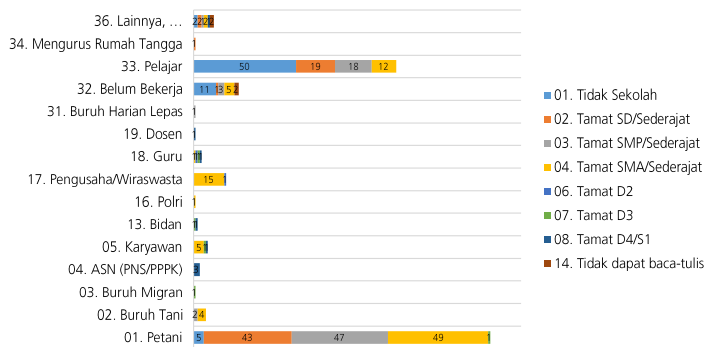
Di sisi lain juga cukup menggembirakan bahwa di Desa Sihikkit hanya terdapat sedikit warga yang tidak bisa membaca dan menulis. Hal ini menjadi potensi yang sangat baik bagi desa untuk terus meningkatkan tingkat pendidikan warganya. Upaya ini tentu saja akan sangat baik kalau desa juga memberikan dukungan berupa pos anggaran yang tertuang dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes).

Jika dilihat dari sisi kesempatan untuk mengikuti pendidikan maka nampak adanya keseimbangan antara laki-laki dan perempuan dalam menempuh pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada diskriminasi terhadap laki-laki maupun perempuan untuk memperoleh kesempatan pendidikan.

9. Pekerjaan Warga Desa

Sesuai dengan kondisi alam yang ada di Desa Sihikkit menunjukkan bahwa sebagian besar warganya mempunyai profesi atau pekerjaan di bidang pertanian. Berdasarkan hasil survey menunjukkan bahwa ada 154 orang dengan pekerjaan sebagai petani. Sedangkan buruh tani ada 24 orang. Sedangkan profesi yang lain hanya berjumlah sedikit seperti pegawai negeri (3 orang), pengusaha/wiraswasta (15 orang), dan karyawan hanya ada 5 orang. Mengingat bahwa pekerjaan utama mereka adalah petani, maka sudah semestinya para petani tersebut harus mendapatkan perhatian dari pihak pemerintah desa. Profesi petani yang menjadi ciri khas masyarakat perdesaan sudah selayaknya ditingkatkan kemampuan dan kualitasnya dalam mengolah dan mengelola lahan pertaniannya. Oleh karena itu, program/kegiatan untuk memberi pendampingan yang langsung terkait dengan produk pertanian tertentu dapat dilakukan untuk para petani tersebut.

Grafik 7.
Pekerjaan dan Tingkat Pendidikan

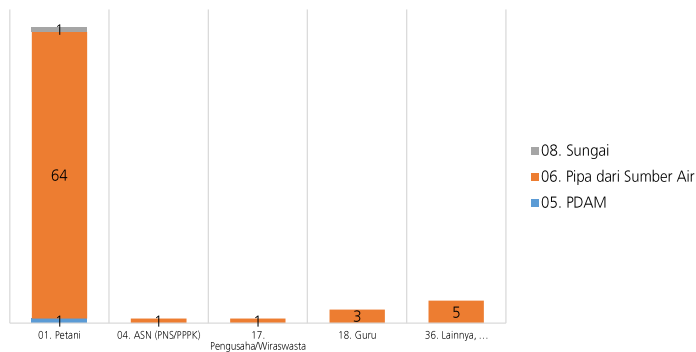


10. Pemanfaatan Sumber Air Minum

Berdasarkan data yang diperoleh berdasarkan survey menunjukkan bahwa hampir semua warga di Desa Sihikkit mengkonsumsi air minum dari sumber air yang ada di desa tersebut. Hanya ada 1 keluarga yang memanfaatkan air minum dari Perusahaan Daerah Air Minum

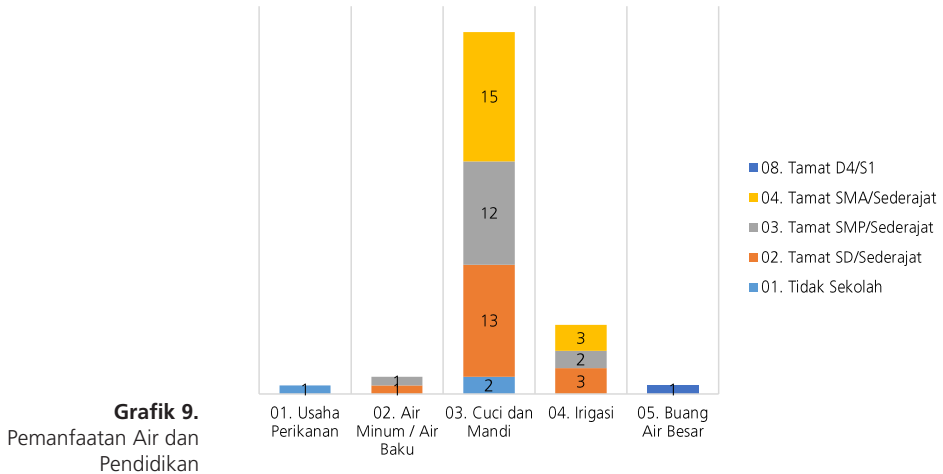
(PDAM). Demikian juga hanya ada 1 keluarga yang masih memanfaatkan air sungai sebagai air minum. Kondisi ini menjadi tantangan bagi pemerintah desa dalam kaitannya dengan upaya untuk menjaga kualitas air yang dikonsumsi dan juga keberlanjutan ketersediaan air minum tersebut yang didukung dengan pelembagaan dalam pengelolaan sumber air minum.

Praktik yang dilakukan di Desa Sihikit menunjukkan bahwa warga masih secara perorangan (per keluarga) dalam mengakses/memperoleh air minum yang berasal dari sumber air di pedesaan tersebut. Pertanyaan yang muncul adalah apakah ada upaya lain bahkan suatu inovasi yang dapat diterapkan dalam pengelolaan sumber air minum yang ada tersebut? Dengan demikian sumber air minum yang ada tersebut dapat berdimensi sosial dan ekonomi.



Grafik 8.
Pekerjaan dan Sumber Air Minum

Praktik yang terjadi di desa lain, contohnya di Desa Sukalaksana, Kabupaten Garut, Jawa Barat menunjukkan bahwa sumber air yang sebelumnya diakses secara individual dengan menggunakan slang-slang, akhirnya dapat dikelola secara kelembagaan melalui wadah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Sumber air yang ditampung dalam penampungan besar (*reservoir*) kemudian disalurkan melalui pipa primer yang nantinya akan tersalur ke rumah-rumah warga dengan berlangganan. Dengan tarif yang sangat terjangkau/murah, masyarakat dapat mengkonsumsi air minum dari sumber air minum desa. Selain itu ada alternatif lain bahwa sumber air minum dapat diolah menjadi sumber air minum kemasan dan dijual ke pasaran. Hal ini seperti yang dilakukan di Desa Boru Kedang, Nusa Tenggara Timur. Mereka mengolah air dari sumber-sumber air di desa menjadi air kemasan dalam galon yang memberikan keuntungan ekonomi secara sangat signifikan dengan harga yang murah dan terjangkau oleh warga desa.

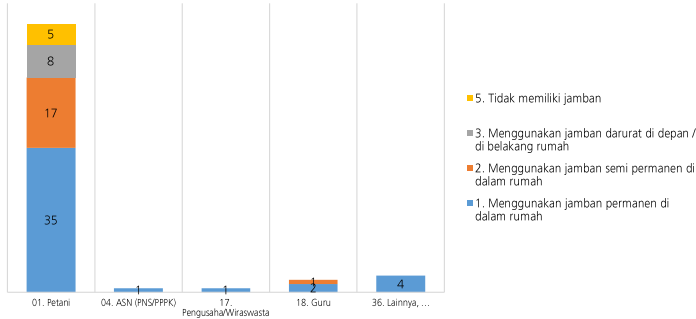


Hasil survey juga menunjukkan bahwa sumber air yang ada banyak dimanfaatkan untuk keperluan cuci dan mandi oleh semua warga desa dengan tanpa memperhatikan latar belakang tingkat pendidikan. Selain itu, ada beberapa warga yang memanfaatkan sumber air untuk melakukan usaha perikanan. Langkah ini tentu saja merupakan langkah yang penting dalam rangka mengembangkan usaha ekonomi warga desa. Namun demikian juga harus diperhitungkan ketika usaha perikanan tersebut harus membutuhkan banyak air. Dalam arti bahwa usaha perikanan harus diimbangi dengan keseimbangan ketersediaan airnya.

11. Sanitasi: Penggunaan Jamban

Sanitasi merupakan aspek yang sangat penting dalam menjaga dan meningkatkan kualitas hidup sehat setiap orang. Oleh karena itu, pemerintah bersama dengan masyarakat desa harus memberikan perhatian yang sangat serius khususnya yang berkaitan dengan pemanfaatan jamban. Dari hasil survey menunjukkan bahwa sebagian besar warga desa yang berprofesi sebagai petani sudah menggunakan jamban keluarga yang permanen dan dibangun di dalam rumah. Selain itu juga masih ada sebagian warga yang jamban keluarganya bersifat semi permanen meski sudah dibangun di dalam rumah.

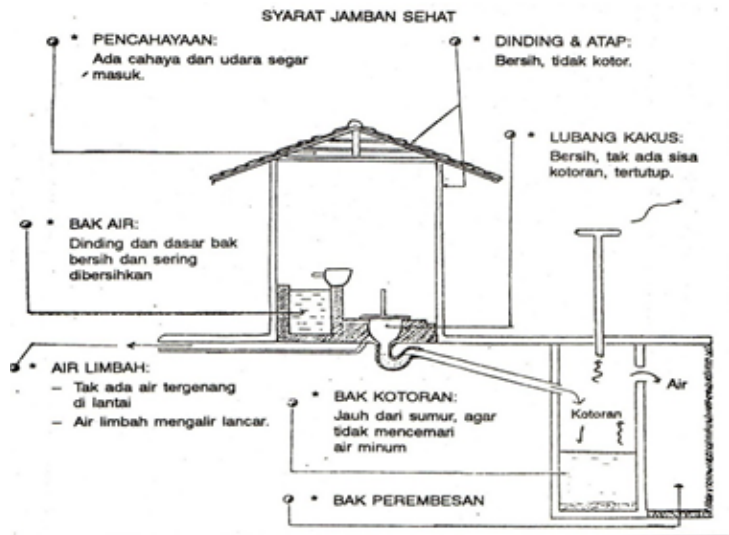
Namun demikian, masih ada juga sebagian warga yang masih menggunakan jamban yang sifatnya darurat yang dibangun di belakang rumah atau bahkan di depan rumah.



Grafik 10.
 Penggunaan Jamban

Termasuk mereka ada yang tidak memiliki jamban. Tentu saja hal ini akan sangat mengganggu kesehatan ketika mereka tidak mempunyai fasilitas jamban yang baik kondisi dan penempatannya tidak sesuai dengan standar minimal kesehatan. Sebagaimana yang ditetapkan dalam PHBS bahwa jamban yang sehat kalau memenuhi kriteria, yaitu:⁴⁴

- Tidak mencemari sumber air minum (jarak antara sumber air minum dengan lubang penampungan minimal 10 meter);
- Tidak berbau;
- Kotoran tidak dapat dijamah oleh serangga dan tikus;



Gambar 3.
 Syarat Jamban Sehat

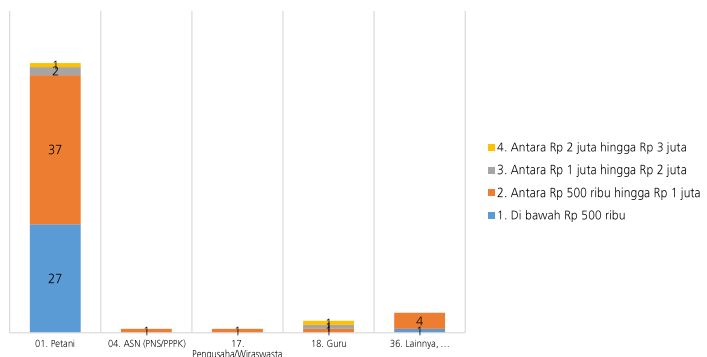
44 <http://emdiekei.blogspot.com/2013/03/jamban-sehat.html>

- Tidak mencemari tanah sekitarnya;
- Mudah dibersihkan dan aman digunakan;
- Dilengkapi dinding dan atap pelindung;
- Penerangan dan ventilasi cukup;
- Lantai kedap air dan luas ruangan memadai;
- Tersedia air, sabun, dan alat pembersih.

Hal-hal tersebut bisa menjadi pedoman dalam upaya untuk memperbaiki kualitas sanitasi, meskipun tidak tertutup kemungkinan bahwa kebersihan juga seringkali dipengaruhi oleh faktor budaya dan kebiasaan/pola hidup warga setempat.

12. Peningkatan Ekonomi Warga: Penghasilan dan Belanja Masyarakat

Dari hasil survey mengenai pola belanja warga desa yang mayoritas petani menunjukkan bahwa pengeluaran mereka yang sebagian besar memiliki pekerjaan sebagai petani mempunyai pengeluaran rata-rata sebesar dibawah Rp.1 (satu) juta. Ini menunjukkan bahwa biaya hidup di Desa Sihikit masih rendah. Hal ini sangat dimungkinkan karena untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari, khususnya yang berkaitan dengan pemenuhan makanan, mereka bisa tetap mengandalkan produk-produk pertanian yang mereka tanam sendiri. Dalam kondisi di mana warga masyarakat harus memenuhi kebutuhan pangan dari produk yang dihasilkan sendiri, maka harus menjadi perhatian bahwa berbagai tanaman yang menjadi sumber konsumsi warga harus bisa dijamin keberlanjutannya. Dalam hal ini, maka baik pemerintah maupun warga desa harus dapat bekerja sama untuk dapat terus melestarikan ragam tanaman yang ada di desa.



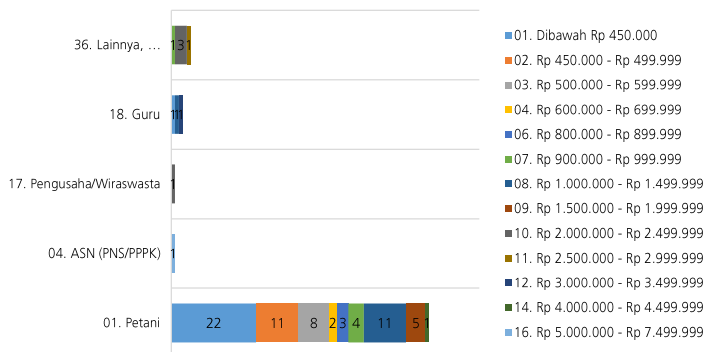
Grafik 11.
Pekerjaan dan Pengeluaran

Di lain sisi juga bisa dikatakan bahwa warga di Desa Sihikkit belum mempunyai tuntutan kebutuhan yang tinggi, sehingga tidak membutuhkan pembiayaan yang tinggi pula. Dengan kata lain, kebutuhannya lebih pada upaya pemenuhan kebutuhan primer sandang, pangan, dan papan, meskipun kebututhan yang lain juga sudah muncul seperti pendidikan, sarana transportasi, dll.

Berdasarkan tabel data di mana pengeluaran yang masih relatif kecil, maka harus diperhatikan juga khususnya mengenai jumlah penghasilan yang diperolehnya dalam satu bulan. Sesuai dengan data yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagian besar warga di Desa Sihikkit mempunyai penghasilan rendah, yaitu kebanyakan di bawah Rp. 1 (satu) juta, bahkan kebanyakan di antara mereka justru berada pada kisaran pendapatan rata-rata sebesar Rp. 500 (lima ratus) ribu.

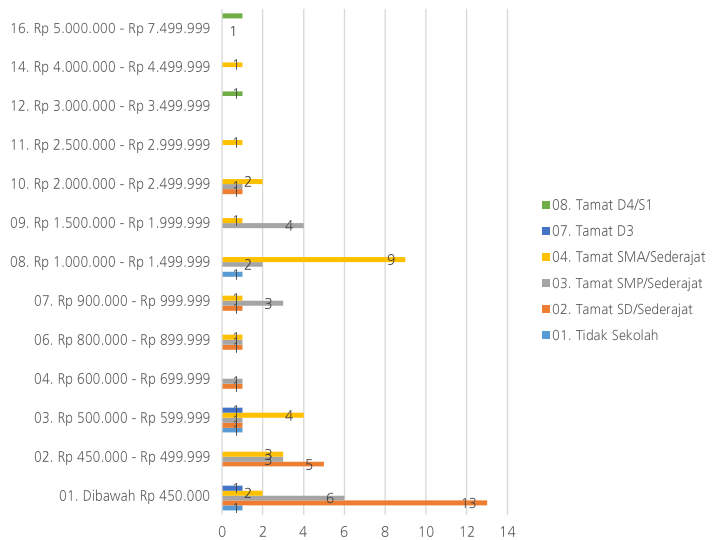
Hal ini tentu saja harus menjadi perhatian bersama, khususnya bagi pemerintah desa untuk meningkatkan penghasilan para warganya. Upaya-upaya untuk menciptakan jenis lapangan kerja baru ataupun inovasi dari lapangan kerja yang selama ini sudah ada tentu saja merupakan langkah yang harus dilakukan supaya penghasilan para warga bisa meningkat. Oleh karena itu, penciptaan lapangan kerja baru yang terkait dengan potensi desa, khususnya yang terkait dengan implikasi peningkatan ekonomi warga harus terus diupayakan. Hasil-hasil pertanian yang bisa ditingkatkan dan dikembangkan tidak hanya untuk dikonsumsi sendiri, namun juga harus bisa diarahkan untuk produksi hasil pertanian yang dapat dijual dan dapat semakin meningkatkan pendapatan warga.

Peningkatan penghasilan warga tentu saja tidak hanya melalui produk-produk pertanian setempat, namun bisa juga dengan memberikan berbagai keterampilan yang dapat



Grafik 12.
 Pekerjaan dan Penghasilan

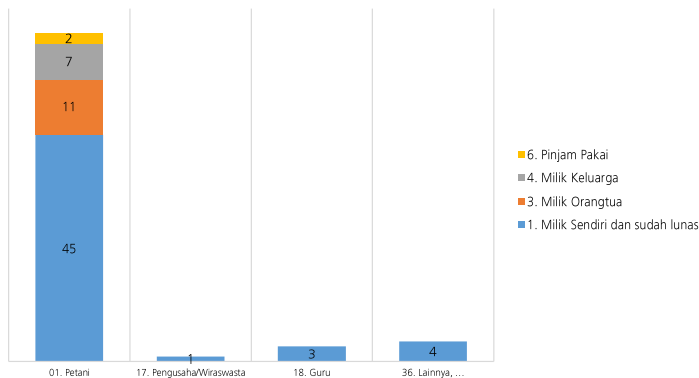
menghasilkan pendapatan warga, misalnya yang berkaitan dengan keterampilan untuk membuat produk kerajinan dengan bahan dasar yang memang ditemukan di desa setempat. Demikian juga pemberian keterampilan juga bisa diberikan bagi warga desa agar dapat memberikan jasa-jasa layanan ekonomi seperti menjahit, perbengkelan, sablon, rias pengantin/salon kecantikan, dan lain sebagainya. Dalam hal ini, program pemerintah desa dapat menciptakan program pemberdayaan ekonomi masyarakat yang bisa didukung dengan pos anggaran dari APBDes dengan demikian kegiatan ini dapat berkelanjutan. Sedangkan kalau dilihat dari data penghasilan dan tingkat pendidikan, maka nampak bahwa sebagian besar warga desa yang berpenghasilan terendah, yaitu yang dibawah Rp.450.000 adalah mereka yang berpendidikan SD atau yang sederajat sebagaimana yang terlihat dalam grafik di bawah. Kalau dicermati lagi, mereka yang masuk dalam kategori ini adalah warga yang pekerjaan sehari-harinya adalah petani. Namun demikian ada beberapa warga desa yang mempunyai penghasilan lebih tinggi yang mana mereka mempunyai latar belakang pendidikan yang lebih tinggi, misalnya tamat D4/S1 dengan penghasilan antara 5 – 7 juta rupiah.



Grafik 13.
 Penghasilan dan Pendidikan

13. Rumah Sebagai Kebutuhan Primer

Jika dilihat dari data kepemilikan rumah memang menunjukkan bahwa sebagian besar warga Desa Sihikkit bisa dikatakan tidak mempunyai permasalahan dalam hal kebutuhan akan perumahan (papan). Sebagaimana yang terlihat dari tabel data bahwa baik mereka yang bekerja sebagai petani maupun yang bukan petani sudah mendiami rumah, baik milik sendiri maupun milik keluarga. Hanya ada 2 (dua) keluarga yang masih tinggal di rumah yang bukan miliknya sendiri (pinjam pakai). Kondisi ini tentu saja sangat baik dalam arti bahwa warga desa tidak harus mengeluarkan biaya untuk pemenuhan perumahan, khususnya bila mereka harus menyewa/kontrak rumah. Dengan demikian, pengeluaran dari sisi perumahan hanya akan digunakan untuk pemeliharaan rumah dan kebutuhan lain, seperti biaya listrik dan perbaikan rumah yang sifatnya membutuhkan biaya tidak rutin.

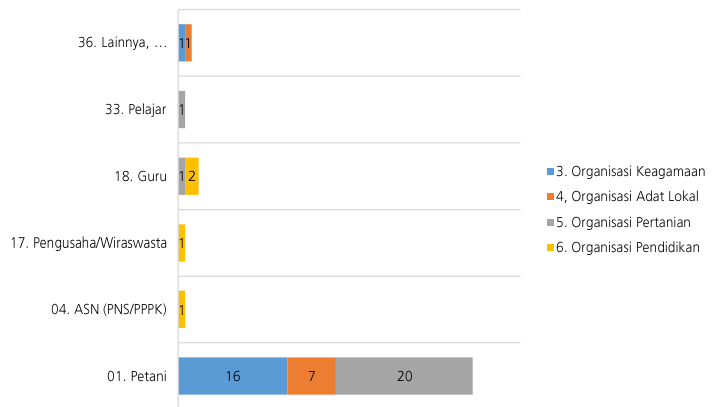


Grafik 14.
Pekerjaan dan
Kepemilikan Rumah

Kepemilikan rumah para warga desa di satu sisi juga harus memperhatikan dari sanitasi/ kesehatannya. Mengingat data (lihat sebelumnya) menunjukkan bahwa masih banyak warga yang belum memiliki jamban keluarga yang memenuhi standar kesehatan. Demikian juga perlu diperhatikan juga dari aspek kesehatan yang lain, seperti ventilasi dan penerangan khususnya cahaya matahari sehingga rumah yang dihuni dapat mendukung aspek kesehatan yang sangat penting dan dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan yang lain, khususnya dalam hal aktivitas sosial. Dalam hal ini kondisi khususnya sanitasi lingkungan rumah suatu keluarga akan dapat membawa akibat bagi lingkungan di sekitarnya. Jika ada salah satu atau beberapa rumah yang tidak memperhatikan aspek kesehatan lingkungan, maka hal ini akan berakibat lingkungan sekitar atau rumah tangga yang lain akan terkena pengaruh dari salah satu rumah yang tidak sehat tersebut.

14. Penguatan Komunitas Melalui Keterlibatan Dalam Organisasi

Dari hasil survey menunjukkan bahwa sebagian besar warga di Desa Sihikkit yang mempunyai pekerjaan sebagai petani sudah terlibat dalam kegiatan keorganisasian, baik organisasi keagamaan, adat, maupun organisasi pertanian. Hal ini menunjukkan bahwa kehidupan sosial masyarakat di Desa Sihikkit masih sangat kuat. Sedangkan beberapa warga yang lain yang berprofesi di luar petani juga sudah melibatkan diri dalam kegiatan keorganisasian. Keterlibatan dalam berorganisasi ini sangatlah penting mengingat pengembangan dan penguatan masyarakat dapat dilakukan melalui keberadaan dan peran dari lembaga-lembaga yang ada dalam masyarakat.



Grafik 15.

Pekerjaan dan Keanggotaan Organisasi

Dengan melibatkan diri dalam organisasi/kelembagaan yang ada di desa, maka berbagai informasi yang diperoleh dari keterlibatannya tersebut menjadi masukan dan pembelajaran berkaitan, baik dengan hal-hal yang terkait dengan isu-isu kemasyarakatan, keagamaan, maupun mungkin hal teknis yang terkait dengan isu-isu pertanian yang semua akan memberi manfaat bagi warga desa, misalnya teknik bagaimana meningkatkan produktivitas pertanian, termasuk di dalamnya sistem irigasi, dan juga pemasaran produk-produk pertanian.

Melalui keterlibatan dalam kelembagaan yang ada tersebut, maka perjumpaan dalam kelompok tersebut akan dapat menjadi wadah bagi warga desa untuk semakin mengenali dan memahami berbagai persoalan yang dihadapi di desa, termasuk memahami perubahan-

perubahan yang terjadi di luar teritori desa. Kegiatan dalam format pertemuan yang terus dilakukan pada tingkatan desa inilah yang pada akhirnya akan dapat semakin memperkuat tradisi dan praktik demokrasi pada level desa. Partisipasi atau keterlibatan demokrasi masyarakat desa akan dapat dilakukan, baik dalam perencanaan pembangunan, termasuk juga nantinya dalam pelaksanaan pembangunan dan juga dalam mengevaluasi hasil dan dampak dari pembangunan yang dilakukan.

Berfungsinya organisasi atau lembaga adat di desa tentu saja juga harus ditempatkan sebagai suatu hal yang sangat positif dalam konteks pengakuan terhadap keberadaan institusi lokal yang dapat menopang kearifan lokal. Dengan demikian berbagai pembangunan yang dilakukan di desa senantiasa akan terus ditopang dengan kearifan lokal yang terus dijaga oleh keterlibatan warga desa dalam pertemuan atau kegiatan yang dilakukan dalam wadah lembaga adat. Secara umum dapat dikatakan bahwa peran warga desa akan terus menjadi suatu hal yang berarti ketika pemikiran-pemikiran yang muncul dalam berbagai organisasi tersebut digunakan sebagai *input*/masukan dalam setiap penyusunan kebijakan pembangunan maupun kebijakan lain yang menyangkut kepentingan warga desa.

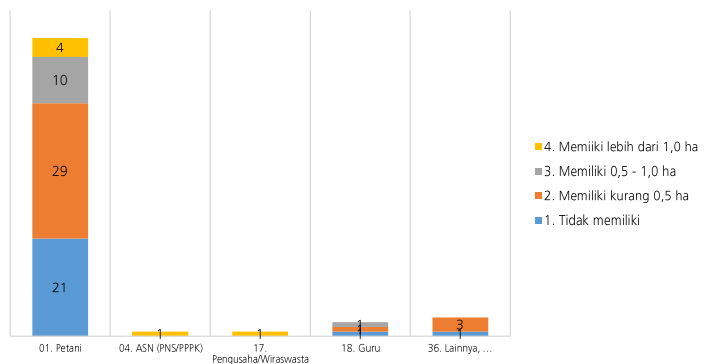
15. Kepemilikan Lahan dan Produktivitas Pertanian

Berdasarkan data yang diperoleh dari survey menunjukkan bahwa banyak petani yang tidak memiliki lahan pertanian. Sebagian besar dari mereka memang ada yang memiliki lahan, namun lahan yang dimiliki hanya kurang dari 0,5 ha. Mereka yang memiliki lahan yang lebih dari 1,0 ha hanya sejumlah kecil warga saja. Kondisi ini tentu saja harus menjadi perhatian serius karena justru mereka, khususnya petani, yang seharusnya memiliki lahan namun kondisinya malah sebaliknya. Wilayah desa yang dihuni oleh sebagian besar petani, namun kenyataannya justru mereka malah tidak mempunyai lahan untuk menanam tanaman pertanian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian dari para petani mengerjakan lahan pertanian yang bukan milik mereka sendiri, melainkan bisa saja menyewa lahan atau bisa juga sebagai buruh tani atau petani penggarap.

Dengan statusnya sebagai petani penggarap, ini berarti bahwa para petani tersebut mempunyai kontrak atau perjanjian dengan pihak pemilik lahan terkait dengan sistem bagi hasil terhadap produk pertanian yang dihasilkan. Dengan sistem bagi hasil tersebut maka tidaklah mengherankan jika penghasilan para petani masuk dalam kategori rendah karena hasil pertanian harus dibagi dengan pihak pemilik lahan sesuai dengan perjanjian yang disepakati. Oleh karena itu tidaklah berlebihan jika pemerintah desa harus memikirkan

untuk memberikan alternatif lain bagi para petani untuk memperoleh penghasilan dari usaha ekonomi lainnya.

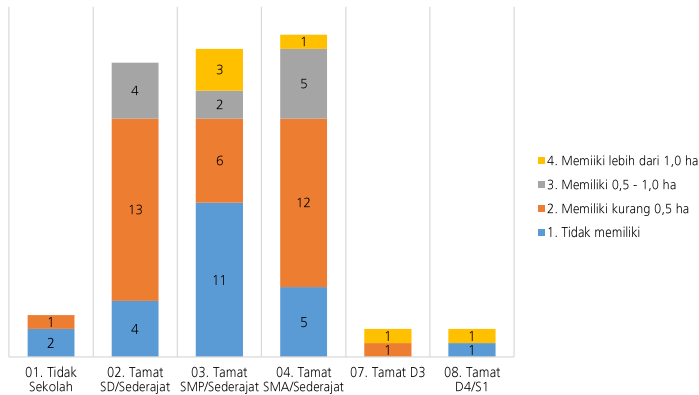
Kegiatan usaha yang bisa dilakukan oleh para petani misalnya mempunyai keterampilan-keterampilan khusus yang bisa dimiliki dengan mengikuti berbagai pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah desa. Dengan demikian mereka tidak hanya mengandalkan penghasilan yang bersumber dari menggarap lahan pertanian yang bukan miliknya, melainkan juga berasal dari sumber penghasilan lain. Dengan langkah pemberdayaan ekonomi ini, maka penghasilan para petani diharapkan bisa semakin meningkat.



Grafik 16.
Pekerjaan dan Kepemilikan Lahan

Kalau dilihat dari aspek tingkat pendidikan warga, maka kepemilikan lahan tersebut memang tersebar ke berbagai tingkat pendidikan warga desa. Ini berarti bahwa tingkat pendidikan tidak berbanding lurus dengan kepemilikan lahan. Bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan tidak berarti menjadi jaminan untuk dapat memiliki lahan. Lahan di pedesaan biasanya juga bersifat turun temurun atau warisan dari para pendahulu, sehingga kepemilikan lahan tidak semata-mata dikarenakan oleh kemampuan warga, termasuk tingkat pendidikan untuk membeli lahan.

Dari data juga dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan warga Desa Sihikit masih berada dalam kategori rendah. Kebanyakan di antara mereka mempunyai pendidikan dasar dan menengah (SD, SMP, SMA). Dengan latar belakang tingkat pendidikan tersebut maka mereka berada pada kategori tenaga kerja yang kurang kompetitif. Hal ini pasti akan berimplikasi pada tingkat penghasilan yang bisa diperolehnya yang rata-rata masih rendah. Dengan penghasilan yang relatif rendah tersebut, maka kemampuan warga untuk dapat mengakses dan memiliki properti, khususnya lahan juga sangat rendah.



Grafik 17.
 Kepemilikan Lahan dan Pendidikan

Kepemilikan lahan dengan luas yang sangat terbatas tersebut, sudah semestinya disikapi oleh pemerintah desa dan warga desa untuk memahami cara-cara memaksimalkan lahan yang dimiliki tersebut menjadi lahan yang produktif sehingga dapat memberikan penghasilan yang lebih banyak bagi warga, khususnya petani. Pendidikan yang dimiliki oleh warga desa sebaiknya bukan hanya semata-mata pendidikan formal saja, melainkan justru pendidikan non formal yang lebih banyak memberikan keterampilan yang dalam hal ini adalah terkait dengan pengolahan lahan pertanian.

Data tentang kepemilikan lahan jika dikaitkan dengan penghasilan warga desa menunjukkan bahwa mereka yang mempunyai lahan yang luas (lebih dari 1 ha) mempunyai penghasilan yang paling tinggi, namun jumlah mereka hanya sebagian kecil saja. Kondisi ini juga semakin menegaskan bahwa kepemilikan lahan pertanian masih lebih banyak dimanfaatkan untuk mencukupi kebutuhan hidup sendiri. Produksi/hasil pertanian belum banyak diorientasikan untuk dapat dijual sehingga dapat menambah penghasilan para warga, khususnya petani. Dari data menunjukkan bahwa sebagian besar warga desa masih memiliki penghasilan yang tergolong rendah dan bahkan jauh dari upah minimum kabupaten di Kabupaten Humbang Hasundutan yang sebesar Rp. 2.153.182,54. Bahkan sebagian besar masih berpenghasilan sebesar Rp. 450.000 sebulan sebagaimana terlihat dari tabel.

Berdasarkan data tersebut sudah seharusnya pemerintah desa dan daerah menciptakan peluang-peluang bagi warga desa dalam meningkatkan penghasilannya melalui berbagai skema pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, perencanaan pembangunan desa juga harus diarahkan untuk mendorong pembangunan ekonomi lokal.

Grafik 18.
Penghasilan dan
Kepemilikan Lahan



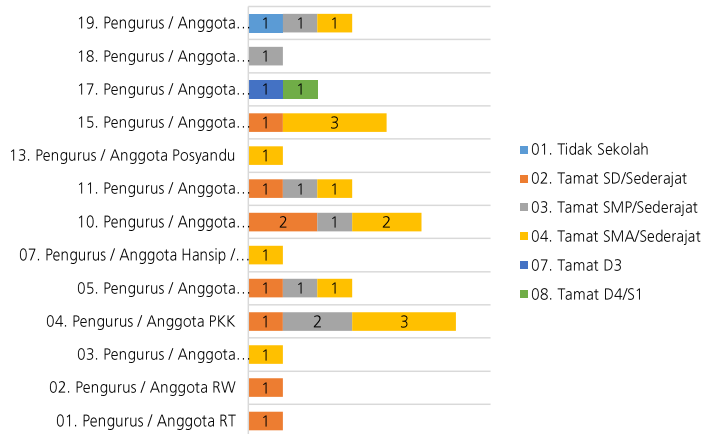
Intensifikasi lahan pertanian yang ada, meskipun terbatas luas lahannya, dapat menjadi alternatif untuk pengembangan ekonomi lokal yang berbasis pada pertanian tanaman lokal.

Alternatif langkah intersifikasi ini tentu saja membutuhkan dukungan, khususnya tenaga ahli yang dapat mendampingi secara intensif mulai dari proses perencanaan sampai dengan menciptakan jejaring pemasaran hasil-hasil pertanian.

16. Partisipasi Masyarakat Dalam Lembaga Kemasyarakatan

Data yang diperoleh dari survey menunjukkan bahwa warga di Desa Sihikit mempunyai tingkat keterlibatan yang cukup tinggi dalam berbagai kepengurusan dan keanggotaan dalam organisasi atau lembaga yang ada di desa. Hal ini akan menjadi indikasi dan potensi yang sangat positif dalam berbagai pembangunan yang dilaksanakan di desa. Pembangunan apapun yang ada dilakukan di desa pasti akan sangat membutuhkan keterlibatan/partisipasi masyarakat.

Partisipasi masyarakat tentu saja tidak hanya semata-mata berkaitan dengan jumlah atau sedikit banyaknya warga yang berpartisipasi, apalagi dengan partisipasi yang dimobilisasi (*mobilized participation*). Namun demikian partisipasi yang ditampilkan oleh



Grafik 19.
 Lembaga Kemasyarakatan
 dan Pendidikan Terakhir

masyarakat diharapkan merupakan bentuk partisipasi yang muncul dari dalam dirinya sendiri (*autonomous participation*). Ketika keterlibatan yang muncul dari dalam sendiri sangat kuat, maka hal ini akan semakin menumbuhkan rasa tanggung jawab dari warga masyarakat dalam pembangunan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan/*monitoring*, dan juga dalam evaluasi hasil serta dampak pembangunan.

Dari data tersebut juga menunjukkan bahwa partisipasi warga desa tersebut tidak hanya dilakukan oleh mereka yang mempunyai pendidikan tinggi, namun partisipasi tersebut dilakukan oleh warga desa dengan aneka latar belakang pendidikan, baik dari mereka yang memiliki pendidikan dasar sampai pendidikan tinggi. Meskipun partisipasi ini memang lebih banyak didominasi oleh mereka yang berlatar pendidikan menengah. Hal ini sesuai dengan komposisi penduduk Desa Sihikkit yang memang kebanyakan berlatar belakang menengah.

Partisipasi yang positif ini tentu saja merupakan potensi yang sangat penting bagi desa yang bersangkutan, khususnya dalam merealisasikan pembangunan desa. Potensi ini harus terus menerus dijaga untuk dipertahankan dan dikembangkan. Partisipasi warga dalam pembangunan merupakan modal dasar yang mutlak harus ada dalam segala bentuk pembangunan. Oleh karena itu, peran pemimpin menjadi sangat dibutuhkan untuk terus menerus mengkonsolidasikan warga desanya agar terus mempunyai motivasi diri untuk melibatkan diri dalam berbagai pembangunan di segala aspek.

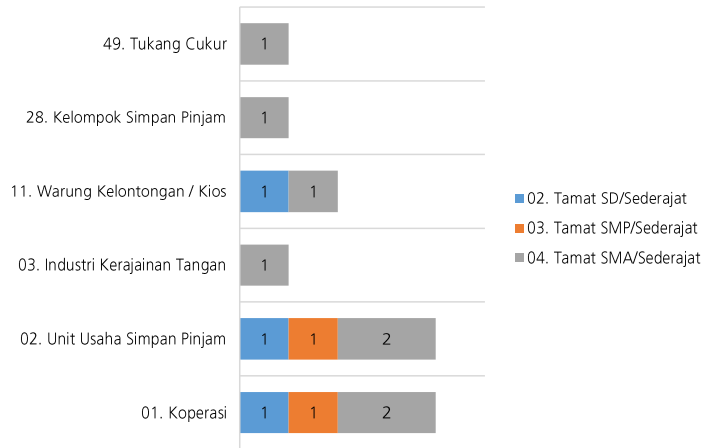
Pemimpin desa, khususnya Kepala Desa Sihikkit, harus secara berkelanjutan memfasilitasi dalam format pertemuan-pertemuan warga dan aparat/tokoh desa untuk menemukan dan membicarakan berbagai isu atau permasalahan yang muncul di desa. Dengan demikian seluruh pemangku kepentingan di Desa Sihikkit mempunyai kesadaran untuk mengenali dan memahami, serta mencari solusi terhadap berbagai permasalahan yang mereka hadapi di desa.

Dinamika yang terkait dengan partisipasi warga desa dalam proses pembangunan tentu saja akan semakin memperkuat bangunan demokrasi desa yang pada hakekatnya merupakan pilar bagi demokrasi pada tataran yang lebih luas. Dalam banyak kasus permasalahan yang dijumpai dalam pembangunan desa adalah terkait dengan komitmen warga desa untuk melibatkan diri dalam proses pembangunan, sehingga masyarakat banyak yang merasa tidak bertanggung jawab dan tidak merasa memiliki terhadap proses maupun hasil dari pembangunan. Hal ini sering banyak ditemukan ketika program-program pembangunan lebih banyak yang bersifat *top-down*, dan apalagi kalau pembangunan yang dilaksanakan tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Kehidupan yang demokratis, khususnya yang terkait dengan pengambilan keputusan menjadi tidak terwujud ketika masyarakat tidak ikut ambil bagian dan bahkan tidak dibuka peluang untuk berpartisipasi.

Kondisi yang terjadi di Desa Sihikkit sudah semestinya menjadi suatu hal yang harus dibanggakan ketika warga desa sudah banyak yang terlibat sebagai anggota dan pengurusan dalam aneka organisasi yang ada di tingkat desa. Warga masyarakat yang terlibat dalam suatu organisasi tersebut sudah semestinya dapat memanfaatkan sebagai saluran untuk menyampaikan berbagai aspirasi dan kepentingan warga, sehingga terakomodasi dalam setiap perencanaan pembangunan desa, baik untuk jangka pendek, menengah, dan panjang sehingga menghasilkan suatu perencanaan pembangunan yang sesuai dengan kebutuhan (aspek relevansi) dan berkelanjutan.

17. Lembaga-Lembaga Ekonomi Desa

Desa Sihikkit juga merupakan desa yang memiliki berbagai usaha ekonomi masyarakat yang dikelola secara individual warga, maupun dikelola secara kelembagaan. Dalam hal ini ada beberapa usaha kecil yang dilakukan oleh warga, seperti tukang cukur rambut, kios/warung, kerajinan tangan. Demikian juga lembaga ekonomi seperti koperasi dan unit usaha simpan pinjam. Kegiatan-kegiatan ekonomi tersebut tentu saja menjadi salah satu kekuatan untuk menopang ekonomi warga disamping usaha pertanian yang menjadi



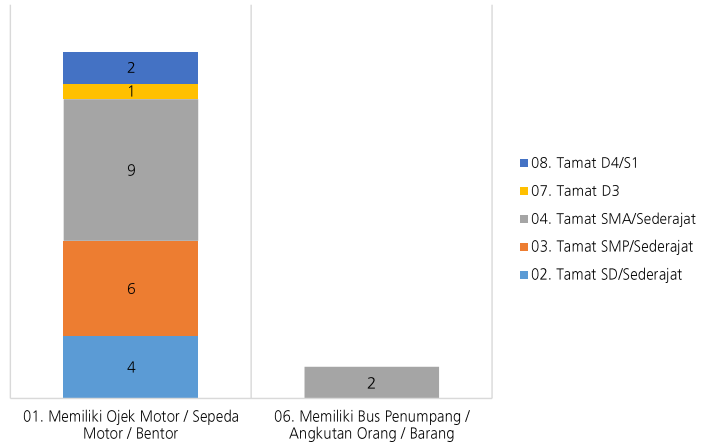
Grafik 20.
 Lembaga Ekonomi dan Pendidikan

andalan utama warga desa yang sebagian besar adalah petani. Dalam hal ini, pemerintah desa dan daerah perlu melakukan pendampingan untuk semakin memberdayakan kegiatan ekonomi non pertanian tersebut sehingga usaha tersebut dapat dijamin keberlanjutannya. Jika dilihat dari latar belakang pendidikan menunjukkan bahwa beberapa jenis kegiatan/usaha ekonomi tersebut dilakukan oleh mereka yang berlatar belakang pendidikan yang beragam, baik yang tamat SD, SMP, maupun SMA. Ini berarti bahwa usaha ekonomi non pertanian yang terdapat di Desa Sihikit tidak mensyaratkan dimilikinya latar belakang tingkat pendidikan tertentu.

18. Mobilitas Warga Desa

Dari data yang ada menunjukkan bahwa sarana untuk mobilitas warga desa sudah banyak yang terpenuhi dengan dimilikinya berbagai moda transportasi seperti motor dan bentor. Hal ini tentu saja menjadi suatu hal yang sangat positif bagi warga desa untuk melakukan berbagai aktivitas, baik yang menyangkut kedinasan maupun untuk aktivitas keseharian. Dengan tersedianya moda transportasi tersebut, maka berbagai kebutuhan warga akan lebih cepat dipenuhi, meskipun harus menempuh jarak yang jauh dari desa tempat tinggalnya.

Kepemilikan sarana transportasi tersebut memang tidak seiring dengan latar belakang tingkat pendidikan. Ini berarti bahwa sarana transportasi tersebut tidak hanya dapat dimiliki oleh mereka dengan latar belakang tingkat pendidikan tertentu.



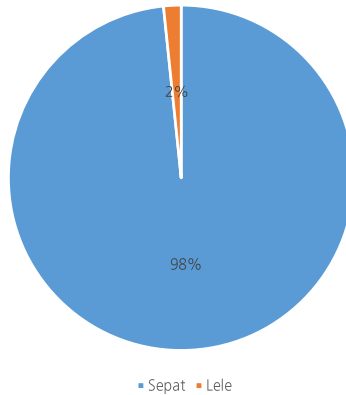
Grafik 21.
 Transportasi Umum dan Pendidikan

19. Potensi Unggulan Bidang Perikanan, Peternakan, dan Pertanian

Sebagai suatu desa yang akan terus berkembang dengan keunggulan yang dimiliki, maka berbagai inovasi harus dilakukan berdasarkan berbagai potensi yang dimiliki. Dari hasil survey menunjukkan bahwa Desa Sihikit mempunyai potensi di sektor perikanan, peternakan, dan pertanian.

Di bidang perikanan, Desa Sihikit mempunyai keunggulan/kekayaan produk ikan sepat. Kekayaan ini tentu akan dapat menjadi suatu unggulan ketika produk ikan sepat dapat dikembangkan dalam aneka produk, misalnya sudah dikemas menjadi ikan asin, atau bahkan merupakan kemasan produk yang sudah siap untuk dikonsumsi misalnya rendang atau ikan duri lunak. Dengan inovasi produk tersebut tentu saja akan dapat memberikan nilai tambah secara ekonomi khususnya untuk meningkatkan penghasilan warga desa. Memang tidak semua hasil perikanan tersebut ditujukan untuk dijual. Sebagian hasilnya pasti untuk dikonsumsi sendiri. Memang hal ini akan berdampak pada penghematan dalam pembelanjaan untuk kebutuhan pangan warga karena warga tidak perlu mengeluarkan biaya untuk pemenuhan sebagian dari kebutuhan makan mereka.

Dalam kaitannya dengan produk peternakan menunjukkan bahwa warga Desa Sihikit mempunyai potensi dalam hal unggas, baik ayam maupun bebek. Kedua jenis unggas tersebut lebih banyak dimanfaatkan sebagai ternak pedaging. Dengan demikian

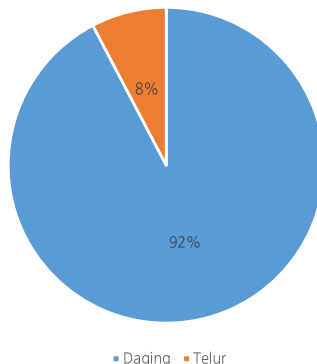


lkan:
1. Sepat = 180 kg/tahun;
2. Lele = 3kg/tahun

Grafik 22.
Hasil Perikanan

ternak-ternak tersebut baik ayam maupun bebek dapat dikembangkan juga sebagai produk unggulan dari Desa Sihikkit, khususnya yang terkait dengan ternak pedaging. Hal ini tentu saja akan dapat menjadi sumber data bagi aparat dan warga desa ketika akan mengembangkan produk unggulan yang dapat direncanakan dan tertuang dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa untuk pengembangan ekonomi masyarakat.

Di samping produk dari ternak unggas yang untuk pedaging, maka dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Sihikkit juga mempunyai produk daging dari ternak babi. Ternak babi bisa dikatakan potensi yang dapat diunggulkan ketika warga masyarakat desa dan juga masyarakat luas di luar Desa Sihikkit banyak yang mengonsumsi daging babi. Oleh karena itu, potensi ini juga perlu mendapat perhatian baik dari aparat desa maupun

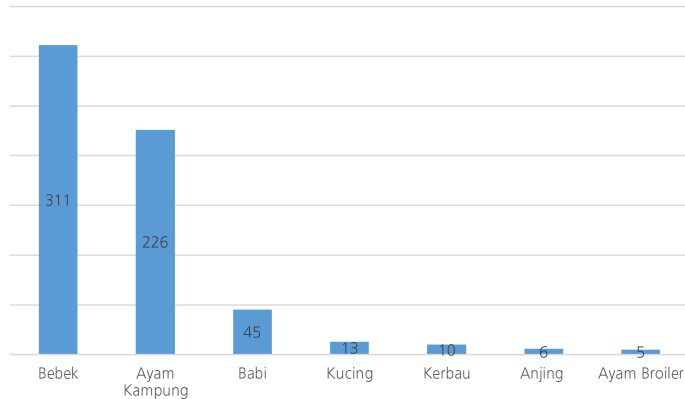


Hasil Ternak:
1. Daging = 4419kg/tahun;
2. Telur = 368 kg/tahun

Grafik 23.
Hasil Peternakan

- Ternak:
1. Bebek = 311 ekor;
 2. Ayam Kampung = 226 ekor;
 3. Babi = 45 ekor;
 4. Kucing = 13 ekor;
 5. Kerbau = 10 ekor;
 6. Anjing = 6 ekor;
 7. Ayam Broiler = 5 ekor

Grafik 24.
Jenis Ternak



warga desa sendiri, khususnya yang terkait dengan usaha mulai dari pembibitan sampai dengan pemasaran daging. Lingkungan masyarakat di Desa Sihikkit dan bahkan wilayah di Sumatera Utara banyak yang mengkonsumsi daging babi. Oleh karena itu, pengembangan potensi ternak babi secara lebih terorganisir yang didukung oleh pemerintah desa setempat akan memberikan prospek yang memberikan harapan kepada peningkatan kondisi perekonomian warga desa.

20. Pengembangan Potensi Hutan

Desa Sihikkit dianugerahi kekayaan alam, khususnya yang terkait dengan hasil hutan. Dari survey menunjukkan bahwa salah satu hasil hutan sangat menonjol di Desa Sihikkit adalah pohon kemenyan. Sebenarnya kemenyan juga merupakan hasil hutan yang juga terdapat di desa-desa lain di sekitar Desa Sihikkit. Kemenyan pada akhirnya juga merupakan hasil tanaman lokal yang merupakan kekhasan di Desa Sihikkit. Khusus di Desa Sihikkit, kemenyan merupakan tanaman yang paling banyak atau mendominasi hutan yang ada di desa.

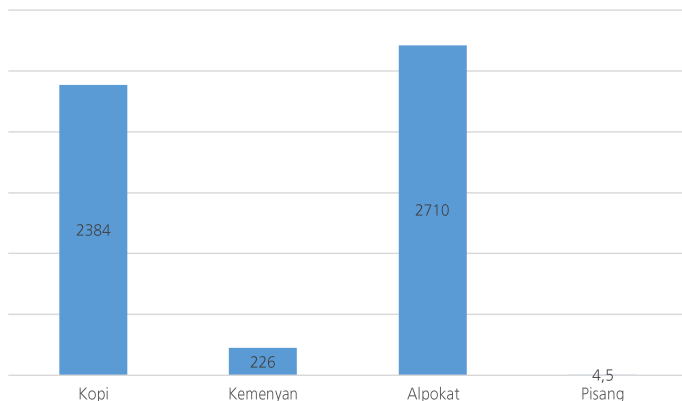
Sebagaimana diketahui bahwa kemenyan pada dasarnya merupakan produk tanaman hutan yang mempunyai nilai ekonomi yang tinggi. Kemenyan dari Desa Sihikkit dan sekitarnya mempunyai kualitas yang sangat baik dibandingkan dengan kemenyan dari daerah yang lain. Namun demikian tanaman jenis kemenyan ini masih belum dikelola dengan profesional. Masyarakat belum melakukan pembudidayaan tanaman kemenyan yang dapat menjamin keberlanjutannya. Selain itu, hasil dari pohon kemenyan ini masih

dijual oleh para petani dalam bentuk bahan mentah tanpa melalui proses pengolahan terlebih dahulu meskipun harga jualnya bisa berkisar antara Rp 300.000 sampai Rp 500.000.

Potensi yang sangat bagus ini tentu saja akan semakin lebih baik kalau ada intervensi dari pihak pemerintah ataupun sektor swasta untuk membantu mengembangkan produk kemenyan yang mempunyai nilai jual yang sangat tinggi ini. Diperlukan peralatan untuk membantu proses pengolahan lebih lanjut sebelum dijual di pasaran. Sebagaimana diketahui bahwa kemenyan merupakan bahan pembuatan produk kecantikan, juga untuk pengharum dan lain-lain.

Selain memiliki hutan penghasil kemenyan, Desa Sihikkit juga mempunyai hutan penghasil kopi. Namun demikian sebagaimana yang produk tanaman hutan kemenyan, maka tanaman kopi ini juga belum mendapatkan perhatian secara lebih serius dalam arti secara profesional, sehingga menjadi produk yang bisa diunggulkan dan menjadi andalan dari Desa Sihikkit. Sebagaimana diketahui bahwa kopi saat ini merupakan produk yang sangat digemari oleh penduduk di Indonesia. Banyak wilayah di Indonesia yang menghasilkan kopi dengan kekhasannya masing-masing.

Mengingat tuntutan kebutuhan akan kopi tersebut maka bisa dibuat langkah untuk semakin meningkatkan produksi dan kualitas kopi yang dihasilkan di Desa Sihikkit. Dengan demikian peningkatan dalam hal perkopian di Desa Sihikkit ini tentu saja akan dapat memberi dampak yang sangat positif bagi peningkatan kehidupan perekonomian warga



- Pohon:
1. Kopi = 2384 pohon;
 2. Kemenyan = 226 pohon;
 3. Alpokat = 2710 pohon;
 4. Pisang = 100 pohon

Grafik 25.
Hasil Tanaman Buah-Buahan

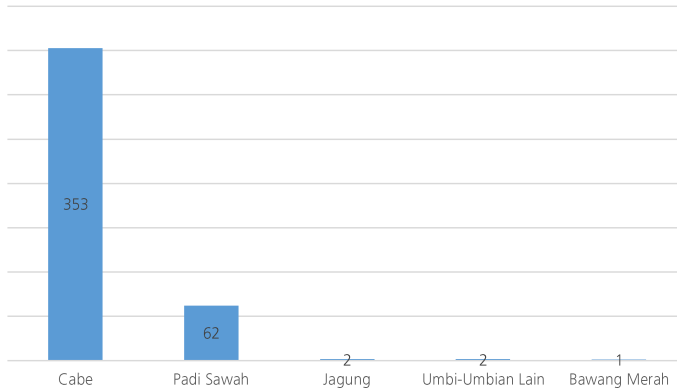
desa. Oleh karena itu, perlu ada upaya untuk mengelola produksi kopi secara terprogram/berkelanjutan, bahkan perlu adanya dukungan kelembagaan untuk memwadahi berbagai ragam hasil tanaman/hutan, sehingga dapat menjamin aspek keberlanjutan tersebut. Bahkan untuk dapat semakin mendukung pengembangan produk kopi tersebut alangkah baiknya jika ada beberapa warga yang difasilitasi untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan mengenai pengelolaan dan pengolahan kopi di Desa Sihikkit, sehingga produk kopinya dapat mempunyai daya saing terhadap produk kopi lainnya.

Selain kopi yang bisa diandalkan, maka dari hasil survey menunjukkan bahwa Desa Sihikkit juga mempunyai produk buah-buahan lain, yaitu buah alpukat. Dibandingkan dengan produk tanaman yang lain, maka buah alpukat menempati urutan yang utama. Namun demikian pengelolaan buah alpukat ini juga belum dilakukan secara lebih profesional dalam arti untuk diproyeksikan menjadi produk andalan yang dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan kondisi ekonomi warga desa.

Seiring dengan pengetahuan dan kebutuhan masyarakat mengenai buah alpukat yang mempunyai berbagai manfaat untuk kesehatan tubuh manusia, maka langkah yang paling tepat yang dapat dilakukan oleh warga Desa Sihikkit adalah dengan melakukan langkah responsif dengan melakukan berbagai upaya pemeliharaan dan pengelolaan terhadap pohon-pohon alpukat yang ada. Bahkan tidak ada salahnya jika pemerintah desa mempunyai lahan khusus untuk dapat melakukan langkah pembudidayaan untuk peningkatan jumlah maupun kualitas buah alpukat yang ada di Desa Sihikkit. Hal ini tentu juga akan memberikan prospek yang menarik bagi warga dan aparat Desa Sihikkit dengan memiliki produk tanaman buah alpukat yang berasal dari Desa Sihikkit.

Satu hasil tanaman yang nampaknya bisa dijadikan peluang untuk dikembangkan di Desa Sihikkit adalah tanaman cabe. Dari hasil survey tanaman cabe di Desa Sihikkit juga menunjukkan jumlah yang cukup berarti jika tanaman ini akan dikembangkan sebagai produk yang dapat menambah peningkatan kondisi kehidupan ekonomi warga desa. Jika dibandingkan dengan produk tanaman yang lain, seperti padi, jagung, maka bisa dikatakan bahwa cabe mempunyai jumlah yang lebih banyak. Oleh karena itu, langkah untuk mengembangkan tanaman cabe yang mempunyai dampak peningkatan ekonomi masyarakat dapat dilakukan.

Dalam hal tersebut, maka langkah-langkah lain yang terkait dengan cara-cara peningkatan produksi tanaman cabe harus dilakukan secara terstruktur dan terencana dengan dukungan



Pangan:
1. Cabe = 353 kg;
2. Padi Sawah = 62 kg;
3. Jagung = 2 kg;
4. Umbi-Umbian Lain = 2 kg;
5. Bawang Merah = 1 kg

Grafik 26.
Tanaman Pangan

dari pemerintah desa dan juga lembaga lainnya, seperti kelompok tani maupun ahli pertanian yang dapat memberikan dukungan dalam peningkatan hasil pertanian tersebut khususnya yang terkait dengan pengembangan tanaman cabe. Sebagaimana diketahui juga bahwa cabe merupakan produk tanaman yang banyak digemari oleh masyarakat di Sumatera Utara karena kebiasaan mengkonsumsi makanan dengan rasa pedas. Oleh karena itu, langkah peningkatan hasil tanaman cabe memang perlu dilakukan. Dengan demikian, hal ini akan dapat berdampak positif pada peningkatan kehidupan ekonomi masyarakat Desa Sihikkit.

B. Penutup

Kebutuhan Pelembagaan Untuk Keberlanjutan

1. Mendambakan desa yang unggul dan berkelanjutan melalui berbagai inovasi tentu saja bukan suatu hal yang mudah dilakukan sebagaimana membalikkan tangan. Untuk mewujudkan mimpi tersebut tentu saja harus direalisasikan melalui berbagai langkah yang harus didasarkan pada data yang riil dan kontekstual dengan kondisi desa yang dalam hal ini adalah Desa Sihikkit. Oleh karena itu, kegiatan pendataan yang sudah dilakukan di Desa Sihikkit bersama dengan 5 desa lainnya, yaitu Desa Purba Dolok, Desa Hutajulu, Desa Sipituhuta, Desa Simangaronsang, dan Desa Marbun Toruan merupakan langkah yang sangat strategis dan mendasar bagi desa yang bersangkutan dalam mewujudkan desa yang unggul dan berkelanjutan melalui berbagai inovasi yang bisa dilakukan.

2. Pendataan yang dilakukan pada dasarnya akan menjadi sumber informasi bagi aparat desa dan warga dalam memahami berbagai masalah yang harus diselesaikan, serta menentukan prioritas dalam merespon berbagai isu/permasalahan yang harus diselesaikan tersebut. Pendataan yang dilakukan inipun lebih menekankan atau merekomendasikan penguatan desa, khususnya dalam bidang pemberdayaan ekonomi tanpa harus mengesampingkan persoalan-persoalan yang lainnya. Penekanan pada bidang ekonomi dilandasi pada argumentasi meningkatnya kondisi ekonomi masyarakat akan dapat membawa dampak positif pada bidang lainnya, seperti pada bidang pendidikan, kesehatan, dan lainnya.
3. Langkah untuk meningkatkan kondisi ekonomi warga di Desa Sihikkit bisa dilakukan dengan mendasarkan pada potensi yang menonjol di Desa Sihikkit. Dalam hal ini, produk hutan dan tanaman bisa menjadi andalan yang harus dikembangkan, seperti kemenyan, kopi, cabe, dan alpukat. Demikian juga produk non tanaman yang bisa dikembangkan adalah seperti ternak babi dan ayam yang bisa diandalkan dalam upaya untuk pengembangan ekonomi warga desa. Pengembangan dan peningkatan produk tersebut tentu saja tidak hanya diorientasikan pada pemenuhan kebutuhan sendiri atau konsumsi warga saja, melainkan harus diorientasikan pada peningkatan ekonomi masyarakat dengan menjual produk-produk tersebut keluar desa. Bahkan sedapat mungkin dapat bersaing di pasaran dengan produk dari daerah lain.
4. Pengembangan salah satu produk tentu saja juga harus memperhatikan berbagai kebutuhan yang harus dipenuhi, mulai dari kebutuhan akan tenaga ahli yang relevan dengan jenis produk yang akan dikembangkan, proses produksi yang harus dilakukan, pengadaan peralatan, serta jaringan pemasaran akan produk yang sudah dihasilkan. Dengan demikian rangkaian langkah ini akan menjadi suatu rangkaian yang terintegrasi yang tujuannya untuk semakin dapat meningkatkan tingkat ekonomi warga desa.
5. Berbagai langkah yang dilakukan dalam peningkatan ekonomi desa tersebut nampaknya perlu didukung suatu lembaga yang secara berkelanjutan dapat memfasilitasi aneka kegiatan ekonomi warga desa dengan tetap memperhatikan potensi-potensi lokal yang dimiliki, baik yang menyangkut sumber daya manusia beserta adat istiadat/kebiasaan yang berlaku, dan juga potensi alam yang ada yang dapat menjadi sumber untuk diberdayakan.



Gambar 4.

Tim Peneliti Universitas
Katolik Parahyangan dan
Mian Manurung dari FES di
Air Terjun Desa Sihikit⁴⁵

Sejalan dengan hal ini, maka pendirian Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) nampaknya merupakan wadah yang bisa menampung aneka ragam kegiatan ekonomi desa. Lembaga inilah yang nantinya dapat memberikan jaminan bagi warga desa bahwa produk-produk, baik pertanian maupun non pertanian, misalnya produk kerajinan tangan dapat dipasarkan dengan harga yang sesuai dengan harga pasar. BUMDes dalam beberapa praktik baik yang dilakukan di desa lain seperti Desa Boru Kedang, NTT dapat melakukan negosiasi secara langsung dengan pihak lain seperti dengan PT Kaltim yang terkait dengan kebutuhan pupuk. Demikian juga negosiasi dengan pihak korporasi yang terkait dengan akses informasi harga yang aktual untuk produk-produk tertentu.

Belajar dari pengalaman dan praktik baik dari desa-desa yang lain bahwa keberhasilan berbagai kegiatan/program yang dijalankan di desa, khususnya yang menyangkut keberadaan dan peran BUMDes, akan sangat ditentukan oleh kepemimpinan kepala desa yang kemudian harus didukung oleh partisipasi masyarakat desa dalam mewujudkan tujuan yang ingin dicapai bersama. Kepala desa dan juga tokoh masyarakat desa harus menjadi pelopor dalam melakukan inovasi yang harus dilakukan di desa.

45 Dokumentasi Penulis

Contoh Rencana Bisnis Desa Sihikkit “Jasa Wisata Air Terjun”

Disusun oleh
Agnes Verawaty¹
Dewi Tanuwidjaja²
Giovanni Jonathan³
Alexander Harlianto W⁴

1. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

1.1. GAMBARAN KONDISI PASAR/KEBUTUHAN PASAR

Desa Sihikkit merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan. Kondisi geografis desa ini lebih banyak didominasi oleh kawasan perbukitan yang ditumbuhi aneka ragam tanaman seperti kemenyan, kopi, alpukat, dan tanaman lainnya yang dapat menghasilkan dan sebagian untuk dikonsumsi oleh warga desa sendiri.

Desa ini dikelilingi oleh kawasan yang berbukit sehingga akan kawasan ini semakin menarik. Oleh karena itu, desa ini juga bisa diarahkan untuk menjadi desa wisata dikarenakan adanya potensi untuk mengelola beberapa lokasi yang dapat dijadikan lokasi wisata seperti air terjun dan juga kawasan untuk berkemah.

Potensi yang kami lihat dan dapat dikembangkan dari Desa Sihikkit yaitu air terjun yang dapat dijadikan objek wisata, tentunya dengan tambahan wisata lain seperti *rafting* dan lompat tebing. Seiring dengan wisata air terjunnya yang semakin berkembang, kami melihat potensi lain yaitu dapat memperkenalkan produk kopi asli perkebunan Desa Sihikkit, dengan begitu kopi yang biasa hanya dikonsumsi sendiri dapat dijual dan menjadi pemasukkan tambahan Desa Sihikkit.

1,2,3,4 Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Katolik Parahyangan

1.2. PRODUK/JASA YANG DIHASILKAN

Jasa yang kami tawarkan yaitu wisata air terjun Desa Sihikkit dengan tambahan beberapa wisata lain yaitu *rafting* dan lompat tebing. Paket wisata yang kami tawarkan yaitu dengan hanya membayar sekitar Rp 150.000 saja pengunjung dapat menikmati wisata yang ada mulai dari air terjun, *rafting*, lompat tebing, mendapatkan makan siang dan yang terakhir pengunjung dapat mencicipi kopi asli Desa Sihikkit.

1.2.1. KEUNGGULAN YANG DIMILIKI

1. **Originalitas**

Kopi yang disajikan hasil dari perkebunan Desa Sihikkit dan wisata air terjun berbeda dengan wisata air terjun lain yang ada di Provinsi Sumatera Utara karena wisata air terjun Desa Sihikkit ada tambahan wisata lain yaitu *rafting* dan lompat tebing.

2. **Efisien**

Biaya yang diperlukan tidak terlalu banyak, pengeluaran biaya lebih mengarah kepada pengembangan wahana *rafting* karena butuh perahu karet, pelampung, helm dan tali pengaman.

3. **Kompetitif**

Pengunjung dapat menikmati kopi dengan suasana yang berbeda jauh dengan suasana di perkotaan.

4. **Up to date**

Saat ini usaha kopi sedang berkembang tidak hanya di Provinsi Sumatera Utara bahkan di seluruh Indonesia. Kopi yang biasa diproduksi dan dikonsumsi sendiri oleh masyarakat Desa Sihikkit dapat diperjual belikan, memiliki ciri khas kopi tersendiri dan diharapkan dapat menarik masyarakat luas untuk datang ke Desa Sihikkit untuk mencicipi kopi sekaligus menikmati wisata yang ada.

5. **Available**

Sebagian besar kami memanfaatkan apa yang ada seperti kopi hasil perkebunan sendiri.

1.2.2. TARGET PASAR

Kami menargetkan pengunjung yang berasal dari Sumatera khususnya Sumatera Utara, karena apabila kami menargetkan di awal air terjun Desa Sihikkit harus dikenal luas masyarakat Indonesia akan sulit karena objek wisata yang

kami akan kembangkan baru. Apabila wisata air terjun Desa Sihikkit semakin berkembang kami akan menargetkan pengunjung dari beberapa provinsi di luar Sumatera, karena sebagian mayoritas masyarakat Indonesia hanya mengetahui objek wisata yang terkenal di Sumatera Utara yaitu seperti Danau Toba dan Bukit Lawang.

1.3 TARGET PENJUALAN

1.3.1. STRATEGI PEMASARAN

Strategi pemasaran yang kami rencanakan dimulai dari kami akan mendaftarkan wisata air terjun Desa Sihikkit ke Pemerintah Provinsi Sumatera Utara khususnya ke Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara. Pendaftaran tersebut kami lakukan dengan maksud dan tujuan agar wisata air terjun Desa Sihikkit lebih dikenal oleh masyarakat luas Indonesia melalui media elektronik terutama wisata air terjun Desa Sihikkit muncul di *website* resmi Pemerintah Provinsi Sumatera Utara (www.sumutprov.go.id) dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara (disbudpar.sumutprov.go.id).

■ PENGEMBANGAN WILAYAH PEMASARAN

Untuk pengembangan wilayah pemasaran akan kami mulai dengan mempermudah akses pengunjung menuju objek wisata air terjun, seperti kami akan membuat tangga, batu pijakan yang rata, penunjuk arah dan pagar pembatas untuk mempermudah akses para pengunjung. Penduduk Desa Sihikkit yang nantinya akan mengelola wisata air terjun ini pun kami arahkan untuk mengikuti beberapa pelatihan seperti pemakaian perahu karet yang baik dan aman, kapasitas maksimal, jalur yang aman untuk *rafting*, pemasangan tali pengaman dan helm yang baik dan yang lainnya khususnya untuk menunjang keamanan dan kenyamanan para pengunjung nantinya. Kopi yang nantinya disuguhkan untuk para pengunjung pun kopi dengan kualitas yang paling baik, mulai dari biji kopi yang berkualitas dan air yang dipakai untuk menyeduh kopi berasal dari mata air setempat dan layak konsumsi.

■ KEGIATAN PROMOSI

Untuk promosi wisata air terjun Desa Sihikkit, kami akan lebih mempromosikannya lewat media elektronik contohnya seperti di awal

kami akan mendaftarkan wisata air terjun Desa Sihikkit ke Pemerintah Provinsi Sumatera Utara dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara agar wisata air terjun Desa Sihikkit muncul di website resmi Pemerintah Provinsi Sumatera Utara. Harapan kami pun pada saat masyarakat luas mencari rekomendasi wisata di Sumatera Utara di internet nama wisata air terjun Desa Sihikkit bisa muncul dan masyarakat pun dapat mempertimbangkan rekomendasi tersebut karena informasi didapatkan dari situs resmi pemerintah dan informasi yang ada dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Setelah mendaftarkan wisata air terjun Desa Sihikkit ke Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, kami bertekad untuk memperluas jaringan melalui bekerja sama dengan beberapa agen/biro perjalanan wisata yang ada di Sumatera Utara.

■ STRATEGI PENETAPAN HARGA

Strategi harga yang kami tetapkan tidak terlalu tinggi karena pertimbangan kami yaitu wisata air terjun Desa Sihikkit baru dan belum banyak dikenal masyarakat luas, dengan harapan para pengunjung nanti tidak kaget/ keberatan dengan harga yang ditetapkan.

1.3.2. ESTIMASI PENCAPAIAN

Estimasi pencapaian yang kami targetkan pada awal-awal hanya untuk mempublikasikan dan memperkenalkan tentang air terjun di Desa Sihikkit yang memiliki potensi yang baik untuk wisata alam. Jika air terjun tersebut sudah menjadi tempat wisata yang lebih dikenal dan populer, kami harapkan tidak hanya wisatawan lokal saja yang berkunjung, tetapi juga dikunjungi oleh wisatawan asing. Dengan tarif Rp 150.000,00 per orang, kami harapkan harga tersebut bersahabat dengan kantong para wisatawan.

Untuk awal-awal target kami tempat wisata ini bisa dikunjungi 200 orang per bulan atau seminim-minimnya 100 orang per bulan.

- > Pendapatan kotor
 $100 \text{ orang} \times \text{Rp } 150.000,00 = \text{Rp } 15.000.000,00$ per bulan
- > Pendapatan bersih
 $\frac{1}{3} \times \text{Rp } 15.000.000,00 = \text{Rp } 5.000.000,00$ per bulan

keterangan :

- Pendapatan bersih untuk kami sebagai pengelola tempat wisata diestimasikan $\frac{1}{3}$ dari pendapatan kotor yaitu Rp 50.000,00 per orang
- $\frac{2}{3}$ dari pendapatan kotor digunakan untuk membayar *guide* $\frac{1}{3}$; sumber penghasilan desa dan perawatan tempat wisata $\frac{1}{3}$

Untuk tahap selanjutnya jika tempat wisata ini sudah populer, target kami tempat wisata ini bisa dikunjungi 300 orang per bulan

- > Pendapatan kotor
300 orang * Rp 150.000,00 = Rp 45.000.000,00 per bulan
- > Pendapatan bersih
 $\frac{1}{3}$ * Rp 45.000.000,00 = Rp 15.000.000,00 per bulan

keterangan :

- Pendapatan bersih untuk kami sebagai pengelola tempat wisata diestimasikan $\frac{1}{3}$ dari pendapatan kotor yaitu Rp 50.000,00 per orang
- $\frac{2}{3}$ dari pendapatan kotor digunakan untuk membayar *guide* $\frac{1}{3}$; sumber penghasilan desa dan perawatan tempat wisata $\frac{1}{3}$

1.4. ANALISIS SWOT PRODUK dan PRODUK PESAING

KEUNGGULAN	KELEMAHAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Jarang ada wisata air terjun di sekitar Desa Sihikkit 2. Memiliki keunikan yaitu menyuguhkan kopi khas daerah 3. Harga yang sangat terjangkau 4. Pemandangan yang indah dan suasana alam yang sangat terasa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi air terjun yang cukup terpencil 2. Kurangnya pengetahuan warga lokal mengenai pengolahan kopi
PELUANG	ANCAMAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan dibukanya wisata air terjun ini warga lokal tidak hanya bisa memperkenalkan kopi khas mereka tapi juga makanan-makanan dan jajanan-jajanan khas Desa Sihikkit 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jika sudah terkenal yang ditakutkan adalah banyak pendatang yang berusaha untuk berjualan dan mengambil lahan warga lokal

■ ANALISIS PRODUK PESAING

Sungai Asahan merupakan salah satu spot *rafting* di Sumatera Utara. Tempat *rafting* ini sudah sangat terkenal dan bahkan dibicarakan sebagai salah satu dari 3 tempat *rafting* terbaik di dunia. Tempat ini sering diadakan pertandingan *rafting* hingga internasional. Namun tempat ini arusnya sangat menantang dan kurang cocok bagi wisatawan yang belum pernah *rafting* dan hanya ingin mencoba *rafting* tetapi masih ragu-ragu karena takut. Harga di tempat ini juga tergolong mahal dengan harga 1.300.000 Rupiah per orang dan minimal 5 orang. Pemasaran di tempat ini bagus karena ia dapat menjangkau turis asing dan dapat digunakan sebagai tempat diadakannya perlombaan.

1.5. SALURAN DISTRIBUSI

WILAYAH PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI YANG DIRENCANAKAN

1. Wilayah Pemasaran Lokal 30%
 Regional 40%
 Nasional 20%
 Ekspor 10%

2. Jalur Distribusi Individu
 Pemerintah

2. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

■ STRATEGI PRODUKSI

Pertama-tama kami akan mulai dengan pemetaan alur *rafting* dan pemetaan tempat peristirahatan dan *cafe* yang akan dibangun. Setelah itu mempersiapkan sungai yang akan kami jadikan *rafting* agar lebih nyaman dan aman digunakan. Sembari sungainya disiapkan kami juga akan memulai pembangunan area peristirahatan dan *cafe*. selain itu kami juga akan mencari pegawai yang berasal dari masyarakat sekitar agar dapat membantu menambah peluang pekerjaan bagi masyarakat. Bagi karyawan yang belum begitu ahli dalam pekerjaannya namun ia memiliki potensi dan diterima untuk bekerja kami akan adakan training untuk mereka. lalu kami akan mencari alat-alat untuk *rafting* yang bagus, berkualitas, dan murah seperti (perahu karet, dayung, pelampung, helm, dll). setelah semuanya siap untuk

digunakan dan pegawai sudah selesai training akan dilakukan simulasi dan percobaan *rafting*. Namun bagi *cafe* akan dilaksanakan testing kopinya dan mengundang relasi agar mencoba kopinya dan meminta saran dan kritik dari mereka. Setelah semuanya matang makan kami akan dengan resmi membuka usaha ini dan mulai melakukan pemasaran.

■ STRATEGI KEUANGAN

Kami akan mencari sponsor dan *partnership* untuk bekerja sama dengan kami dan untuk salah satu pemasukan modal awal usaha. Lalu saat sedang mempersiapkan usaha semua pengeluaran dan pemasukkan harus didata dengan lengkap dan disertai bukti transaksi. Namun sebisa mungkin kita tidak mengeluarkan uang yang percuma dan mencari alternatif- alternatif yang murah dan berkualitas. Setelah usaha resmi dibuka semua pendapatan dan pengeluaran operasi usaha ditulis secara harian, dan bulanan.

3. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

3.1. DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN SEKITAR

Dari keputusan yang diambil dan nantinya akan dijalankan kami berharap masyarakat Desa Sihikkit mendapat banyak dampak positif diantaranya dengan adanya objek wisata air terjun Desa Sihikkit perekonomian masyarakat meningkat, lapangan pekerjaan tersedia, tingkat pengangguran rendah, hasil perkebunan khususnya kopi diminati masyarakat luas dan secara bertahap nama Desa Sihikkit semakin terkenal di masyarakat luas Indonesia.

Dampak negatif yang kami prediksi yaitu apabila masyarakat terlalu fokus kepada pengelolaan dan pengembangan wisata air terjun, aktivitas lain yang dilakukan sehari hari seperti bertani dilupakan atau jarang dilakukan dimana akan mengakibatkan produktivitas dan hasil bertani akan menurun.

3.2. ANALISIS RESIKO USAHA

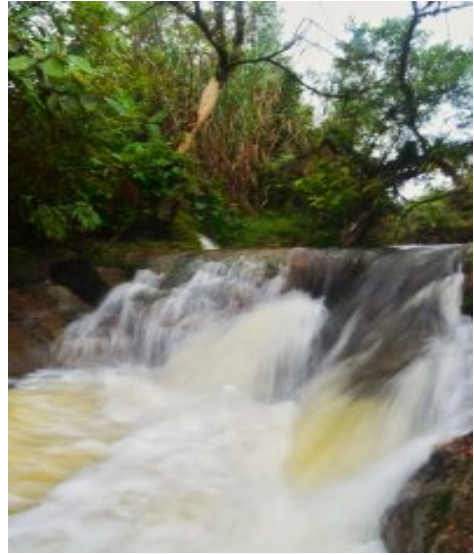
Kami memprediksi apabila wisata air terjun Desa Sihikkit sudah berjalan beberapa resiko akan timbul, diantaranya seperti lingkungan wisata yang tercemar seperti pengunjung membuang sampah sembarangan, air menjadi keruh dan akibat yang ditimbulkan akan berkepanjangan apabila tidak segera diatasi. Resiko lain yang akan dihadapi yaitu wisata air terjun sepi karena banyak wisata baru

bermunculan dan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan wisata air terjun Desa Sihikkit.

3.3. ANTISIPASI RESIKO USAHA

Antisipasi yang kami rencanakan untuk menanggulangi resiko yang timbul yaitu dengan setiap pengunjung yang masuk dan keluar area wisata dipandu oleh penduduk setempat yang bertugas mengelola wisata dengan maksud dan tujuan dapat meminimalisir atau mencegah terjadinya aktivitas pengunjung yang dapat menyebabkan pencemaran lingkungan seperti membuang sampah di air terjun atau sepanjang jalan menuju wisata dan memakai sepatu pada saat berenang di air terjun. Antisipasi lain yang kami rencanakan yaitu mengembangkan produk kopi asli perkebunan sendiri, kami akan membuat kopi Desa Sihikkit ini memiliki ciri khas tersendiri sehingga banyak orang yang tertarik untuk berkunjung ke Desa Sihikkit untuk mencicipi kopi khas nya sekaligus menikmati wisata air terjun. Tempat untuk memproduksi kopi hingga siap dikonsumsi dan tempat pengunjung menikmati kopi akan didirikan berdekatan dengan wisata air terjun Desa Sihikkit.

LAMPIRAN. FOTO INOVASI PRODUK/JASA



Contoh Rencana Bisnis Desa Sihikkit

“oDABI”

Disusun oleh

Anasthesya Inggrit¹

Celine Cerita²

Shintia Paramitha³

Cynthia Caroline Yonathan⁴

1. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

1.1. GAMBARAN KONDISI PASAR/KEBUTUHAN PASAR

Saat ini, produk kuliner sangat diminati dan dicari oleh hampir semua kalangan. Hal tersebut terjadi bukan hanya karena untuk memenuhi kebutuhan asupan makan dan minum, namun sudah menjadi gaya hidup masyarakat modern saat ini sebagai pemenuhan keinginan konsumtif mereka terhadap barang-barang yang menarik (makanan dan minuman).

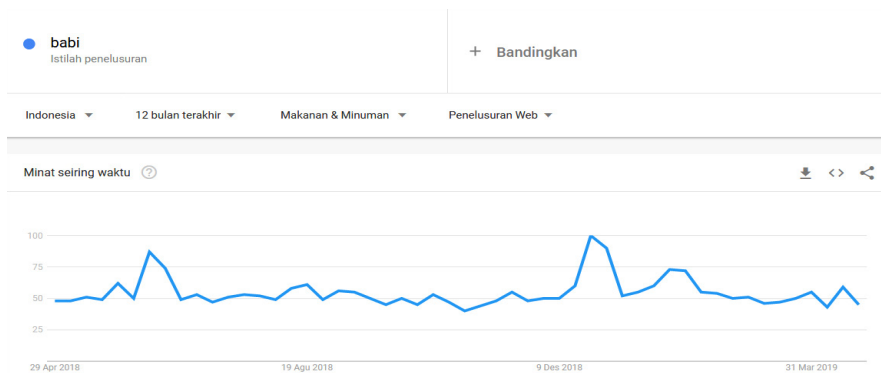
Kebutuhan pangan masyarakat Indonesia nyatanya lebih banyak di dominasi oleh makanan yang terbuat dari olahan daging ayam dan sapi. Bagi masyarakat yang ingin mendapatkan bahan olahan dengan harga terjangkau, akan memilih daging ayam karena daging ayam dapat dikatakan memiliki harga yang paling rendah diantara daging sapi, babi, dan bebek dengan kisaran harga Rp 18.000 s/d Rp 20.000 untuk satu kilogram. Namun karena seringnya mengkonsumsi makanan olahan dari daging ayam, terkadang masyarakat merasa bosan sehingga beralih ke makanan olahan daging sapi. Tetapi jangka waktu konsumsinya hanya sebentar disebabkan harganya terbilang mahal yaitu sekitar Rp 120.000 / kg.

Oleh karena itu, alternatif lain yang dapat dipilih adalah dengan mengkonsumsi olahan daging babi. Secara ekonomis, penggunaan bahan babi memiliki beberapa keuntungan, diantaranya harga daging dan bagian tubuh dari babi

1,2,3,4 Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Katolik Parahyangan

lebih murah (sekitar Rp 80.000/kg) dari pada daging sapi dan mudah di dapat. Dari segi kualitas, sampai saat ini bahan dari babi merupakan pilihan terbaik sebagai bahan penolong atau bahan tambahan pangan (BPOM RI, 2007). Namun, tidak semua kalangan dapat mengkonsumsi daging babi, seperti adanya larangan dalam agama Islam untuk mengkonsumsi semua olahan makanan dari babi.

Produk kuliner dari babi merupakan salah satu produk yang cukup banyak diminati. Berdasarkan data yang kami dapat dari *Google Trend*, terlihat bahwa masyarakat di Indonesia memiliki ketertarikan yang cukup tinggi serta meningkat pada saat bulan Juni- Juli dan saat bulan Desember (perayaan akhir tahun) terhadap makanan yang terbuat dari babi.

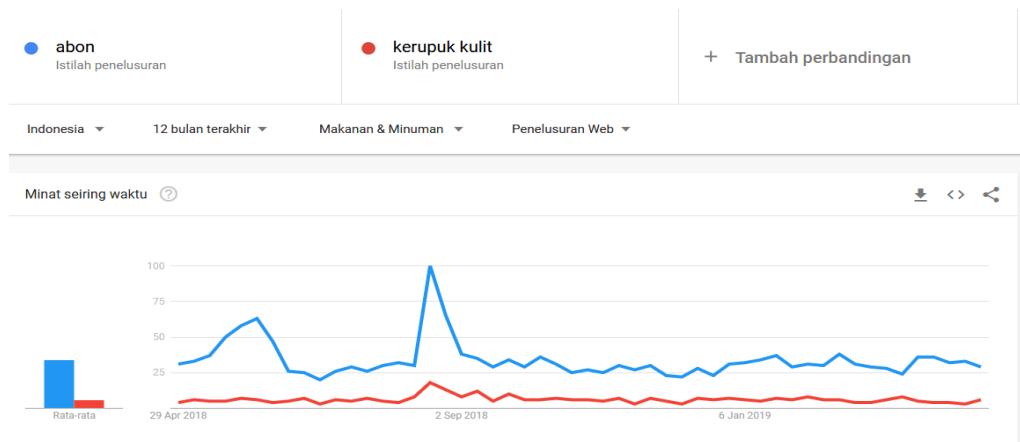


Melalui *Google Trends* juga diketahui daerah-daerah yang memiliki aktivitas pencarian yang cukup banyak terhadap makanan dari babi, seperti yang uraikan dalam gambar di bawah ini:

1	Bali	100	<div style="width: 100%;"></div>
2	Nusa Tenggara Timur	62	<div style="width: 62%;"></div>
3	Sulawesi Utara	48	<div style="width: 48%;"></div>
4	Papua	25	<div style="width: 25%;"></div>
5	Papua Barat	22	<div style="width: 22%;"></div>

Data tersebut menunjukkan tentang kebutuhan dan keinginan masyarakat Indonesia akan babi, dalam pasar yang dapat mengkonsumsi daging babi, terdapat peluang yang cukup besar yang dapat dimanfaatkan dengan menciptakan bisnis makanan yang terbuat dari olahan daging babi. Salah satu bisnis makanan yang dapat menjadi peluang tingginya minat masyarakat ialah bisnis produk makanan ringan dalam kemasan. Konsep produk tersebut menjadi pilihan yang tepat bagi pebisnis maupun konsumen yang membelinya. Pebisnis akan diuntungkan dengan distribusi penjualan produk yang cukup mudah tersebar ke banyak wilayah di Indonesia maupun di luar negeri, sehingga bisnis tersebut akan cukup mudah bertumbuh dan proses produksi yang dapat menghasilkan produk dalam jumlah banyak. Kemudahan dan jangka waktu konsumsi yang cukup lama memberikan keuntungan bagi pembeli yang membeli produk makanan dalam kemasan.

Kami pun melakukan observasi secara langsung maupun melalui *Google Trend*. Ternyata produk makanan kemasan seperti abon dan kerupuk kulit memiliki peminat (orang yang ingin mengetahui produk tersebut).



Kami melihat bahwa kedua jenis produk tersebut dapat dihasilkan dari bahan baku babi. Dan karena melalui penjelasan sebelumnya, yaitu terdapat peluang bisnis makanan dari olahan babi, dalam proposal rencana bisnis kali ini kami membuat sebuah bisnis bernama “oDABI” yang menjual produk makanan ringan dalam kemasan berbahan baku babi.

1.2. PRODUK/JASA YANG DIHASILKAN

Produk yang kami hasilkan berupa produk olahan daging babi yaitu abon babi dan kerupuk kulit babi yang dibuat secara homemade dengan mengutamakan kualitas dan variasi rasa dari Desa Sihikkit. Pada awalnya, kami akan mengeluarkan rasa original untuk produk abon babi dan kerupuk kulit babi agar masyarakat dapat merasakan keaslian rasa yang ditawarkan oleh warga Desa Sihikkit. Variasi rasa akan ditambahkan pada saat melakukan pengembangan produk.

Berikut dibawah ini merupakan bahan dan cara pembuatan abon original babi :

Bahan :

- 500 gram daging babi = Rp 40.000 (menghasilkan 5 produk ukuran kecil, 2 produk ukuran sedang)
- 2 lembar daun salam = Rp 2.000
- 1 bungkus santan = Rp 5.000
- 2 lembar daun jeruk = Rp 500
- Air secukupnya
- Minyak goreng untuk menumis = Rp 11.000

Bumbu yg dihaluskan:

- 3 buah kemiri = Rp 3.500 (per ons)
- 1 sdt ketumbar = Rp 4.000 (per ons)
- 5 siung bawang merah = Rp 2.800
- 3 siung bawang putih = Rp 3.500
- 1 potong kecil gula merah = Rp 4.000
- 1 sdt garam

Langkah-langkah :

1. Rebus daging bersama daun salam +- 15-20mnt, angkat dan tiriskan, tunggu hingga dingin lalu suwir-suwir dagingnya
2. Daging yang sudah disuwir ditumbuk sebentar dengan ulekan
3. Tumis bumbu yg telah dihaluskan, ditambahkan dengan daun jeruk, tumis hingga harum, tambahkan santan kara dan sedikit air aduk sebentar
4. Masukkan daging yang sudah ditumbuk aduk hingga tercampur dengan bumbu, masak dan aduk terus hingga benar-benar kering dan berwarna kecoklatan lakukan dengan api kecil.
5. Setelah daging kelihatan kering dan berwarna kecoklatan angkat

6. Abon yang sudah matang dimasukkan ke alat pengepres abon sampai minyak berkurang
7. Tunggu dingin kemudian simpan di toples atau wadah kedap udara.

Berikut dibawah ini merupakan bahan dan cara pembuatan kerupuk kulit babi original :

Bahan :

1. Kulit Babi Rp 30.000/kg (5 kg kulit babi bisa menghasilkan 1kg kerupuk kulit)
2. Kapur sirih Rp 10.000
3. Garam $\frac{1}{2}$ ons Rp 2.500
4. Bawang putih $\frac{1}{4}$ ons Rp 11.250
5. Gula $\frac{1}{4}$ ons Rp 3.000
6. Lada Rp 10.000
7. Masako Rp 5000
8. Minyak goreng Rp20.000

Cara pembuatan bahan :

1. Kulit Babi di bersihkan dari minyak yg menempel & bulunya dengan cara di bakar di kompor, hanya sisakan sedikit karena kalau tak ada lemak sama sekali, rasa kerupuk kurang enak.
2. Cuci Sampai bersih dan sisihkan
3. Kapur Sirih di beri air. Perbandingan : air bersih sebanyak 5 liter, campurkan kapur sirih sebanyak 100 gram ke dalam air tersebut (jadi kalo airnya 1 liter = 20 gram) aduk-aduk hingga semuanya larut dalam air sehingga berwarna putih seperti susu. Biarkan air kapur tersebut beberapa saat hingga kapur mengendap pada bagian dasar, kemudian pisahkan secara hati-hati cairan yang jerih yang ada pada bagian atas.
4. Garam secukupnya
5. Bawang putih halus secukupnya
6. Bumbu - bumbu di kira kira aja jangan sampe keasinan

Cara pembuatan kerupuk :

1. Kemudian potong kulit babi sebesar 5 cm. Kulit babi dicuci bersih berkali-kali. Kemudian diberi garam, lada, dan masako.

2. Biarkan 5 menit agar bumbu meresap. Kemudian siapkan minyak goreng yang panas dengan api besar. Goreng kulit babi sampai setengah matang.
3. Setelah kerupuk mengembang, segera angkat dan sisihkan. Kemudian panaskan minyak, tapi jangan terlalu panas, celupkan kerupuk setengah matang tadi. Api kompor sebaiknya kecil agar tidak gosong.
4. Kemudian setelah kulit mengering angkat, dan sisihkan. Jika tak ada waktu untuk memproses berikutnya, keesokan harinya bisa dilakukan, proses terakhir.
5. Caranya, minyak dipanaskan lagi, masukkan kerupuk setengah jadi. Aduk-aduk rata. Tujuannya untuk membangunkan kulit yang telah lembek tadi.
6. Kemudian angkat kerupuk, dan segera masukkan ke dalam minyak panas yang sudah disiapkan, agar kerupuk matang dengan sempurna. Setelah matang, siap diangkat, dan dinginkan.
7. Untuk mendapatkan proses yang sempurna, kerupuk mengalami 4 kali proses penggorengan. Jika kerupuk yang dihasilkan tidak sempurna, mungkin salah dalam penggorengan.

Untuk variasi rasa bisa menggunakan bumbu bubuk seperti lada hitam, garam, cabai bubuk, bumbu balado bubuk, dll

1.2.1. KEUNGGULAN YANG DIMILIKI

1. Relevansi (sesuai dengan kebutuhan masyarakat)

Produk kami merupakan produk yang memang dibuat untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat. Kami melihat bahwa target pasar kami yaitu mahasiswa, pekerja, dan ibu rumah tangga memerlukan makanan yang praktis dan siap saji agar memudahkan dalam segala aktivitas. Untuk abon, kami membuat abon babi siap saji yang dibuat secara homemade dan berkualitas, dijamin bersih dan sehat, begitupula dengan kerupuk kulit babi. Melihat kebutuhan pasar yang bermacam-macam, kami mengeluarkan beberapa varian rasa, untuk abon ada rasa original, asin untuk orang yang suka asin, manis untuk orang yang suka manis, serta pedas untuk orang yang suka pedas. Begitu pula dengan kerupuk terdapat beberapa varian rasa seperti original, pedas, bbq, dan *blackpepper*

2. **Marketable (dapat dikembangkan secara komersil)**

Komersil/komersial bersifat perdagangan atau mencari keuntungan atau disebut suatu keadaan yang melibatkan dua pihak, kedua belah pihak bekerjasama untuk menghasilkan sesuatu yang menguntungkan. Produk oDABI dapat dikatakan sangat marketable karena melihat adanya permintaan yang cukup tinggi akan olahan daging babi menjadikan suatu potensi yang dapat kami kembangkan dan menimbulkan profit karena untuk bahan baku produk oDABI berasal langsung dari peternaknya jadi otomatis harganya lebih murah.

3. **User Friendly (praktis dan mudah digunakan)**

Produk kami dapat dikatakan sangat praktis, mudah, dapat langsung dikonsumsi. Mengingat bahwa kehidupan target pasar kami memerlukan makanan yang praktis yang dibutuhkan pada saat-saat waktu sempit maka dibuatlah kemudahan dalam mengkonsumsi makanan dengan makanan kemasan "oDABI".

4. **Efisien (biaya produksi rendah)**

Bisnis ini berkonsep *homemade* sehingga warga Desa Sihikit lah yang langsung membuat dan tidak banyak memerlukan peralatan seperti mesin, oleh karena itu pembelian mesin dapat di minimalisir dan biaya produksi. Tetapi hal tersebut dapat menjadi hambatan bagi "oDABI" untuk memproduksi dalam jumlah banyak.

Namun, jika akhirnya melakukan pengembangan dengan membeli mesin, efisiensi tetap dapat dilakukan, karena biaya atau modalnya hanya akan besar diawal. Dengan banyaknya produk yang dihasilkan, maka pendapatan juga dapat meningkat, tetapi perlu sangat diperhatikan dalam pengelolaan mesin dan penggunaan listrik dari mesin tersebut.

5. **Up to Date (sesuai dengan tren di masyarakat)**

Produk kami dapat dikatakan dibuat dengan mengikuti tren di masyarakat, dalam hal ini varian rasa. Misalnya untuk abon terdapat varian rasa original, asin, manis, pedas, untuk kerupuk kulit babi terdapat varian rasa original, *bbq*, dan *blackpepper*. kami akan terus mengembangkan varian rasa menyesuaikan dengan tren yang sedang *booming* dimasyarakat agar oDABI dapat terus bertahan dan semakin dikenal masyarakat.

6. **Available (menggunakan sumber daya yang ada di sekeliling kita)**

Kami memanfaatkan potensi yang belum dimanfaatkan secara maksimal dari Desa Sihikit yaitu hasil dari ternak babi yang merupakan salah satu potensi ternak terbesar ketiga setelah bebek dan ayam. Selain itu dengan adanya "oDABI" yang dibuat oleh masyarakat Sihikit maka akan membuka lapangan kerja yang pastinya akan dibutuhkan warga desa Sihikit.

1.2.2. TARGET PASAR

B2B dan B2C yang memiliki karakteristik :

Geografis : Sumatera, Jawa, Bali, NTT

Demografis :

- Jenis Kelamin : Perempuan
- Umur : 21-50 tahun
- Pekerjaan : Mahasiswa, Pekerja, Ibu rumah tangga

- Jenis Kelamin : Laki-laki
- Umur : 21-35
- Pekerjaan : Mahasiswa, Pekerja

Psikografis :

- Yang mengkonsumsi dan menyukai makanan praktis dan cepat saji
- Yang menyukai lauk taburan dalam makanannya
- Yang mengkonsumsi dan menyukai camilan

1.3 TARGET PENJUALAN

1.3.1. STRATEGI PEMASARAN

1. *Product* : produk yang kami ciptakan yaitu produk makanan berupa olahan daging babi yang diolah menjadi abon babi dan kerupuk kulit babi. Kami menawarkan produk tersebut karena kami melihat adanya peluang bisnis yang bisa dikembangkan dari Desa Sihikit untuk dikelola menjadi sesuatu yang bermanfaat dan memiliki nilai tambah. Selain itu produk yang kami tawarkan diutamakan agar dapat memperkenalkan potensi hasil peternakan dari Desa Sihikit. Melihat kebutuhan pasar dan dalam rangka mengembangkan produk, maka kami menawarkan beberapa tambahan varian rasa yaitu:

- Abon: rasa original, asin, manis, pedas
- Kerupuk : original, barbeque, pedas, *blackpepper*

Sedangkan untuk variasi ukuran, saat ini kami menyarankan warga desa untuk membuat dua variasi, yaitu ukuran kecil (100 gram untuk abon dan 50 gram untuk kerupuk) dan ukuran sedang (250 gram untuk abon dan 200 gram untuk kerupuk).

Untuk variasi bentuk, dapat dilakukan pada produk kerupuk, seperti memotong kulit babi sebelum di goreng dengan bentuk yang unik seperti bentuk spiral dan digoreng dengan mempertahankan bentuk tersebut.

Kemasan yang dapat digunakan adalah kemasan plastik untuk memudahkan kegiatan pengemasan dan untuk mengurangi biaya. Untuk menarik minat pembeli dan sebagai identitas "oDABI", kami akan merancang sebuah logo yang mencerminkan bisnis makanan olahan dari babi yang berasal dari Desa Sihikkit. Berikut logo yang kami rancang :



2. Price

Setelah mengetahui kisaran biaya bahan baku dan biaya operasional, maka kami menawarkan harga sebagai berikut :

- Abon : 100 gram (Rp27.900) dan 250 gram (Rp 68.000)
- Kerupuk : 50 gram (Rp 20.000) dan 200 gram (Rp 67.000)

3. *Place*

Tempat disini berarti saluran untuk distribusi dimana produk bisa sampai ke konsumen. Untuk mendistribusikan produk kami, maka kami menentukan saluran distribusi sebagai berikut :

- Kami memanfaatkan kemudahan menggunakan sistem teknologi berupa *placemarket* sebagai saluran distribusi yaitu dengan menggunakan platform e-commerce (shopee, tokopedia) dan kami juga memanfaatkan peluang untuk memasarkan produk melalui sosial media (instagram, facebook). Hal tersebut didasarkan atas perkembangan teknologi yang sangat pesat telah berdampak pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, seperti cara untuk menyalurkan produk/jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dapat dilakukan dengan media teknologi. Besarnya potensi penggunaan sosial media dapat dijadikan peluang besar untuk memperkenalkan produk "oDABI" kepada masyarakat di Indonesia, karena saat ini hampir sebagian besar masyarakat memiliki sosial media.
- Menyalurkan produk ke bisnis retailer (seperti indomaret, alfamart, dan toko oleh-oleh) dengan mencantumkan tulisan "non-halal" pada kemasan. Untuk menghindari dampak negatif kepada pelanggan toko ritel tersebut (karena produk kami bukan produk halal), sebagai resiko usaha, kami akan mencari saluran distribusi yang menjual banyak produk dengan jenis yang beragam seperti Setiabudi Supermarket, Papaya, Hypermart, Carefour, dan Yogya. Melalui saluran *offline* ini, kami melihat bahwa masih ada peluang untuk memperkenalkan. produk "oDABI" dengan mudah kepada orang yang mencari produk secara mudah dan cepat dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas.
- "oDABI" akan dirancang untuk memiliki agen-agen yang bertugas untuk menyalurkan dan mempromosikan produk-produk.

4. *Promotion*

Promosi merupakan sebuah aktivitas penyebaran informasi yang bersifat membujuk, mempengaruhi atau mengingatkan pasar bahwa produk kita sudah siap untuk dibeli. Promosi dapat dikatakan sebagai salah satu cara untuk bisa untuk meningkatkan penjualan. Dalam mempromosikan produk kami ke pasaran, pertama kami menggunakan cara *personal selling* dimana *personal selling* ini kami lakukan untuk memperkenalkan produk kami secara langsung kepada target pasar kami.

Kami ingin melakukan promosi dengan menginformasikan bahwa kami memberikan solusi dengan menghadirkan suatu produk makanan yang praktis dan siap santap kepada para mahasiswa, pekerja, maupun ibu rumah tangga agar mereka mendapatkan kemudahan untuk mengkonsumsi makanan. Selain itu jika produk kami mendapatkan respon baik, maka akan tercipta *word of mouth* yang nantinya akan menjadikan produk kami lebih dikenal masyarakat.

Lalu kami juga akan memasang iklan di media sosial untuk menarik calon konsumen yang dilengkapi dengan pengenalan pada feeds instagram. Kami juga akan mengeluarkan promo pada hari-hari khusus seperti hari kemerdekaan (17 agustus diskon 17rb minimal pembelian 2pcs). Promo lain yang akan kami buat ialah seperti promo "beli dua gratis satu" dan promo "bundle" (beli sekaligus produk abon dan krupuk babi dengan harga spesial).

Promosi yang akan kami jalankan pada target pasar B2B ialah dengan memperkenalkan produk kami secara langsung dan mempromosikan bagaimana respon positif pembeli terhadap produk "oDABI" yang akan meyakinkan mereka bahwa dengan bekerjasama dengan kami akan memberikan keuntungan yang tinggi.

■ PENGEMBANGAN WILAYAH PEMASARAN

- Pengembangan wilayah pemasaran berdasarkan segmen yang dituju .
Contoh :
 1. Berdasarkan demografis : anak-anak, remaja, dan dewasa
 2. Berdasarkan geografis : Wilayah Sumatera masyarakatnya dominan menyukai produk dengan rasa pedas sedangkan wilayah Jawa masyarakatnya menyukai produk yang manis.
 3. Mengembangkan wilayah pemasaran dengan melakukan ekspor pada negara yang tingkat konsumsi makanan dari babi cukup tinggi. Seperti: China, Korea, Singapura
 4. Pengembangan wilayah pemasaran di luar daerah Sumatera
- Pengembangan wilayah pemasaran yang disebabkan oleh desain yang menarik dan menjaga produk tetap aman.
- Menjalankan kerjasama dengan pengusaha distributor toko makanan atau toko yang menjual barang kebutuhan (baik kecil maupun besar)

- Pengembangan wilayah pemasaran dengan menjaga hubungan berjalan dengan baik dan tetap berlanjut dengan konsumen agar mudah melakukan pemasaran dan menciptakan loyalitas pelanggan.
- Mempekerjakan admin yang melayani transaksi *online*.
- Membagikan brosur.
- Merekrut banyak agen penjualan (*reseller*) dari dalam maupun luar Sumatera

■ KEGIATAN PROMOSI

Offline :

- *Personal Selling* : untuk memperkenalkan produk kami, pertama kami akan menawarkan secara langsung kepada target konsumen kami, karena brand produk kami merupakan produk baru yang belum dikenal masyarakat. Selain itu, kami juga akan memperkenalkan latar belakang produk kami dibuat, bahwa produk kami dibuat atas dasar penelitian potensi yang dapat digali di Desa Sihikkit.

Online :

1. *Social Media* : *social media* merupakan salah satu *platform* yang sangat berpengaruh untuk memperkenalkan produk, kami melihat bahwa penggunaan *social media* di dunia mendapatkan presentase besar, tak terkecuali di Indonesia. Sehingga media yang akan kami gunakan ialah *Instagram* dan *facebook* sesuai dengan media sosial yang dipakai oleh target pasar kami.
2. *Platform E-commerce* : *Shopee* merupakan salah satu *platform e-commerce* yang dikenal oleh masyarakat luas, kami melihat bahwa *shopee* dapat menjadi peluang untuk menjual produk kami. Selain itu, *Shopee* dikenal dengan *free ongkir* sedi .

Program promosi :

1. Logo unik dan mudah diingat
2. *Budling*
3. *Discount*
4. "Beli dua gratis satu"
5. Promo hari-hari khusus
6. Testimoni

7. *Tagline* menarik = “Ali Sihikkit”, “Sihikkit Punya”, “Haram kalau belum Coba!”, “Kriuknya K’rasa”
8. *Giveaway*

■ STRATEGI PENETAPAN HARGA

Strategi Penetapan Harga di buat untuk memenuhi permintaan harga yang di tawarkan oleh pelanggan maupun memenuhi keuntungan dari tujuan perusahaan sendiri. Strategi Penetapan harga yang akan dijalankan berupa :

1. Strategi penetapan harga berdasarkan biaya
Langkah pertama yang kami lakukan dalam menetapkan harga produk adalah dengan menghitung total biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk yang dijual, dan menambahkan sejumlah presentase tertentu sebagai laba. Biaya-biaya yang dikeluarkan seperti bahan baku makanan, biaya kemasan, biaya gaji karyawan, dan biaya operasional lainnya. Kami menetapkan presentase keuntungan sebesar 80% dari COGS / Hpp untuk produk abon dalam kemasan 100 grm dan 250 grm dan untuk produk kerupuk kulit kemasan 50 grm. Sedangkan untuk kerupuk kulit kemasan 200 grm, kami menetapkan presentase keuntungan sebesar 70 % dari COGS / Hpp.
2. Strategi penetapan harga berdasarkan persaingan
Dalam menetapkan harga produk, dipengaruhi oleh beberapa hal. Salah satunya adalah harga produk yang ditawarkan oleh pesaing lain yang sejenis. Oleh karena itu kami mengamati beberapa bisnis yang menjual produk makanan dari babi dan menetapkan harga didasarkan atas harga jual rata-rata mereka. Bila memungkinkan, harga yang kami tawarkan harus lebih murah dibandingkan pesaing.

1.3.2. ESTIMASI PENCAPAIAN

Estimasi ini dibuat berdasarkan keadaan awal produksi yaitu saat produksi *homade* tanpa menggunakan mesin. Apabila menggunakan mesin, maka harus memiliki uang untuk membeli mesin sebagai peralatan dan memiliki nilai penyusutan yang perlu dipertimbangkan. Penjelasan mengenai mesin apa saja yang dapat digunakan terdapat pada strategi pengembangan bagian produksi.

Biaya bahan baku :

1. Abon Babi : total biaya produksi 500 grm daging babi = Rp 76.300
 - ukuran kecil (100 grm) → kira-kira COGS untuk satu produk = Rp 15.500
 - ukuran sedang (250 grm) → kira-kira COGS untuk satu produk = Rp 38.200

2. Kerupuk kulit babi : total biaya produksi 1000 gram daging babi Rp 211.750
 - Kulit Babi Rp 30.000/kg (5 kg kulit babi bisa menghasilkan 1 kg kerupuk kulit)
30.000 x 5 kg = 150.000
 - Kapur sirih Rp 10.000
 - Garam ½ ons Rp 2.500
 - Bawang putih ¼ ons Rp 11.250
 - Gula ¼ ons Rp 3.000
 - Lada Rp 10.000
 - Masako Rp 5000
 - Minyak goreng 20.000

Total : 211.750

- a. Ukuran kecil (50 gram) → kira-kira COGS untuk satu produk = Rp10.600
- b. Ukuran sedang (200 gram) → kira-kira COGS untuk satu produk = Rp42.350

Biaya operasional pada tahap awal :

- Pisau Rp 35.000
- Talenan Rp 65.000
- Kompor gas Rp 135.000

Total Rp 235.000

Biaya operasional per bulan :

- Biaya listrik	Rp	300.000	
- Biaya air	Rp	250.000	
- Gas 3 kg Rp 20.000 x 2	=	Rp	40.000
- Biaya tambahan lain	Rp	250.000	
- Biaya gaji (untuk 1 karyawan) Rp 700.000 x 5	=	Rp	3.500.000
Total Biaya	=	Rp.	4.340.000

Pendapatan per Bulan

1. Penjualan rata – rata Abon ukuran 100 grm =
50 kemasan x Rp 27.900 = Rp. 1.395.000
Rp. 1.395.000 x 30 hr = Rp. 41.850.000
2. Penjualan rata – rata Abon ukuran 250 grm =
25 kemasan x Rp 68.000 = Rp. 1.700.000
Rp. 1.700.000 x 30 hr = Rp. 51.000.000
3. Penjualan rata – rata Kerupuk kulit ukuran 50 grm =
50 kemasan x Rp 20.000 = Rp. 1.000.000
Rp. 1.000.000 x 30 hr = Rp. 30.000.000
4. Penjualan rata – rata Kerupuk ukuran 200 grm =
25 kemasan x Rp 67.000 = Rp. 1.675.000
Rp. 1.675.000 x 30 hr = Rp. 50.250.000

HPP/COGS untuk penjualan :

1. Abon ukuran 100 grm sebanyak 50 kemasan:
50 x Rp 15.500 = Rp 775.000
2. Abon ukuran 250 grm sebanyak 25 kemasan:
25 x Rp 38.200 = Rp 955.000
3. Kerupuk kulit ukuran 50 grm sebanyak 50 kemasan:
50 x Rp 10.600 = Rp 530.000
4. Kerupuk kulit ukuran 200 grm sebanyak 25 kemasan:
25 x Rp 42.350 = Rp 1.058.750

Keuntungan per Bulan

Labanya = Total Pendapatan – Total Hpp

1. Abon ukuran 100 grm = Rp 41.850.000 - Rp 775.000 = Rp 41.075.000
2. Abon ukuran 250 grm = Rp 51.000.000 - Rp 955.000 = Rp 50.045.000
3. Kerupuk kulit ukuran 50 grm
= Rp 30.000.000 - Rp 530.000 = Rp 29.470.000
4. Kerupuk kulit ukuran 200 grm
= Rp 50.250.000 - Rp 1.058.750 = Rp 49.191.000

Biaya kemasan untuk 150 produk yang dijual :

- Plastik standing pouch Rp 11.000 untuk 50 pcs. berarti biaya untuk 150 produk = Rp 33.000
- Stiker logo Rp 70.000 untuk 100 pcs, berarti biaya untuk 150 produk kira-kira Rp 105.000

Total keuntungan "oDABI" selama satu bulan = Rp 69.691.000 dengan estimasi penjualan sebesar 25-50 pcs. Tetapi keuntungan tersebut harus dikurangkan dengan biaya operasional dan biaya kemasan sebesar Rp 4.478.000. Sehingga keuntungan bersih = Rp 65.213.000

1.4. ANALISIS SWOT PRODUK dan PRODUK PESAING

KEUNGGULAN	KELEMAHAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk dibuat secara homemade dari warga Desa Sihikkit 2. Berkualitas, karena bahan baku babi berasal dari peternakan sendiri (warga Desa Sihikkit) 3. Memiliki banyak varian rasa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang tahan lama 2. Belum bisa memproduksi dalam jumlah banyak
PELUANG	ANCAMAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk kuliner yang baru, inovatif, dan enak saat ini sedang banyak dicari 2. Kemajuan teknologi memungkinkan untuk melakukan distribusi ke banyak daerah 3. Media promosi beragam dan tidak memerlukan biaya besar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk substitusi (abon ayam, abon sapi, kerupuk kulit sapi, kripik kulit ayam, dll) 2. Munculnya pesaing yang menjual produk serupa dengan harga bersaing

■ ANALISIS PRODUK PESAING

Pesaing utama kami adalah bisnis olahan babi dari daerah Bali yang sudah terkenal, memiliki banyak varian, dan enak.

Produk pesaing kami adalah Krupuk Laris rezeki dan abon B2 Laris rezeki di Bali.

Krupuk lariz rezeki mempunyai varian untuk kerupuk :

- Samcan Rejeki (ada remahan isinya di kerupuk)
- Kulit Rejeki (hanya bagian kulitnya saja)

Harga yang dijual Kerupuk Laris Rezeki Rp20.500 untuk 50 gram - Rp54.500 untuk 150 gram.

Abon Babi Laris Rezeki hanya mempunyai satu varian rasa,yaitu rasa manis.

Harga yang dijual untuk Abon B2B Laris Rezeki Rp 31.900

1.5. SALURAN DISTRIBUSI

WILAYAH PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI YANG DIRENCANAKAN

1. Wilayah Pemasaran Lokal 20%
 Regional 35%
 Nasional 30%
 Ekspor 15%
2. Jalur Distribusi Individu Distributor
 Jasa logistik Retailer
 Lain – Lain Eksportir
 Agen

2. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

■ STRATEGI PRODUKSI

- Mengembangkan varian rasa dari kedua produk
- Mengkombinasikan kedua produk dengan bahan lain atau dengan cara pengolahan lainnya
- Melakukan eksperimen untuk menciptakan produk baru dari babi
- Melakukan penelitian atau pengamatan tentang produk makanan yang sedang disukai masyarakat luas untuk diterapkan dengan menggunakan bahan baku babi

Untuk produk abon, nantinya akan dibantu dengan mesin agar hasil produksi yang dihasilkan dapat lebih maksimal : (dengan biaya sekitar Rp 22.000.000)

- Menggunakan mesin pencabik daging
- Menggunakan mesin oven presto daging abon
- Menggunakan mesin pemasak abon
- Menggunakan mesin peniris minyak abon

Untuk produk kerupuk :

- Menggunakan mesin potong kerupuk rambak Rp 13.000.000

Untuk aktivitas *packaging*, nantinya dapat menggunakan alat dan bahan:

- Stiker logo Rp 70.000 untuk 100 pcs dengan ukuran diameter 6 cm
- Kemasan plastik *standing pouch* Rp 11.000 untuk 50 pcs

■ STRATEGI KEUANGAN

- Pisahkan uang pribadi dari uang usaha
Dalam mengelola usaha “oDABI”, terlebih usaha kecil, kita harus pandai memisahkan antara uang pribadi dengan uang usaha. Jangan sampai uang yang dipakai untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari ternyata diambil dari kas usaha.
- Hitung keuntungan dengan benar
Bagian terpenting pada saat menghitung keuntungan yaitu menghitung biaya-biaya baik yang masuk ataupun keluar. Sebagian besar dari biaya dapat diketahui secara langsung karena melibatkan uang tunai. Namun sebagian besar lainnya tidak berupa uang kas melainkan seperti penyusutan dan amortisasi.
- Buat anggaran keuangan yang jelas
Dengan adanya anggaran, “oDABI” dapat memastikan pengeluaran rutinnya dan bisa memproyeksi kondisi finansial perusahaan di masa mendatang. Hal ini penting sebagai dasar pengelolaan pendapatan usaha.

- Membuat buku catatan keuangan dan pencatatan keuangan yang dilakukan secara teratur

Suatu bisnis bukanlah kegiatan yang dapat dikelola dengan hanya berdasarkan ingatan, melainkan dengan menggunakan catatan yang lengkap mengenai bisnis tersebut terutama keuangan bisnis. Minimal "oDABI" harus memiliki buku kas yang dapat digunakan untuk mencatat seluruh proses keluar masuknya uang usaha. Kemudian melakukan pencocokkan setiap hari saldo uang yang ada dengan catatan. Hal ini juga bertujuan untuk mengontrol lalu lintas uang dan memastikan agar tidak ada uang yang terselip. Kemudian tingkatkanlah kemampuan administrasi dari karyawan "oDABI" untuk mencatat penjualan dan biaya-biaya. Selain itu, hal yang tidak kalah penting adalah "oDABI" harus mencatat saldo dari hutang piutang serta persediaan dan asset-aset tetap.

- Posisi keuangan diatur dengan jelas jelas
Salah satu ciri strategi keuangan usaha kecil yang baik adalah mampu mengatur porsi keuangan perusahaan secara proporsional. Hal ini tentunya hanya bisa dilakukan jika usaha "oDABI" sudah menjalankan sistem pencatatan keuangan yang jelas. Pengaturan porsi keuangan ini nantinya akan dilakukan pada beberapa sektor pengeluaran, mulai dari biaya operasional, gaji pegawai, dana pengembangan usaha, hingga jumlah laba yang ditabung.

Mengatur porsi keuangan "oDABI" harus dilakukan secara tepat. Jangan sampai, misalnya, untuk memberikan pelayanan prima, "oDABI" mengalokasikan dana operasional terlalu besar dan mengakibatkan berkurangnya tabungan atau dana pengembangan usaha. Untuk usaha kecil, pengaturan porsi keuangan yang biasanya digunakan adalah 30% biaya operasional, 30% gaji, 30% dana pengembangan, dan 10% untuk dana tabungan. Meski tentunya, pengaturan porsi keuangan ini bisa disesuaikan dengan kondisi usaha masing-masing.

- Aliran uang kas lancar. Pastikan memutar arus kas lebih cepat
Aliran uang kas yang lancar merupakan salah satu bukti bahwa bisnis yang dijalankan berada dalam kondisi yang sehat. Salah satu hal yang dapat menghambat kelancaran arus kas perusahaan adalah jika ternyata

pengeluaran “oDABI” lebih besar daripada pendapatan yang dihasilkan. Maka dari itu, “oDABI” harus mampu memutuskan pos-pos pengeluaran mana saja yang harus dipangkas. Dan “oDABI” janganlah hanya berpusat kepada keuntungan karena manajemen keuangan juga meliputi bagaimana “oDABI” mengelola hitung piutang dan persediaan barang dagangan. “oDABI” harus pandai dalam mengatur termin penjualan kredit agar bisa sama dengan pembelian kredit dan juga diharuskan mampu menekan tingkat persediaan sedemikian rupa supaya dapat tetap memenuhi order namun tanpa membebani keuangan usaha.

- Awasi harta, hutang, dan modal
“oDABI” harus secara berkala memeriksa persediaan di gudang agar dapat memastikan semuanya berada dalam keadaan baik dan lengkap. Tetapi sebelum melakukan hal tersebut, “oDABI” diharuskan untuk memiliki administrasi yang memadai untuk mengontrol itu semua. Begitu juga dengan piutang kepada pembeli B2B dan utang kepada pemasok (seperti pemasok kemasan), “oDABI” juga harus dapat memastikan semuanya dalam keadaan yang baik, jangan sampai catatan mengenai hal tersebut berantakan karena akan mengakibatkan tagihan yang macet atau melakukan pembayaran *double* kepada *supplier*. “oDABI” dapat mempekerjakan seseorang untuk mengisi posisi pada bagian keuangan untuk mengatasi hal tersebut.
- Sisihkan uang untuk pengembangan usaha
Hal ini dilakukan untuk menjaga kelangsungan hidup bisnis “oDABI” dengan mendorong terciptanya inovasi produk.
- Siapkan dana darurat
Dana darurat tersebut boleh digunakan ketika “oDABI” benar-benar membutuhkan, fungsinya yaitu agar dapat menjaga bisnis supaya tidak langsung jatuh pada saat mengalami kerugian, atau setidaknya dapat mengurangi beban saat masa sulit melanda

3. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

3.1. DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN SEKITAR

Dampak positif :

- Munculnya peluang lapangan kerja yang baru untuk warga Desa Sihikkit
- Dengan adanya suatu potensi bisnis yang dimanfaatkan oleh warga desa Sihikkit maka dapat meningkatkan keadaan perekonomian warga desa Sihikkit
- Produk "oDABI" yang berasal dari desa Sihikkit dapat memperkenalkan Sihikkit ke kancah nasional dan internasional
- Memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang ciri khas produk Desa Sihikkit
- Memberikan peluang bisnis kepada Desa Sihikkit
- Mudah nya konsumen untuk memperoleh produk olahan dari babi.

Dampak negatif :

- Produk ini dianggap haram untuk kalangan tertentu
- Produk yang dijual dapat disalahgunakan, misalnya ketika kita menjual produk ke pasar B2B. Pihak tersebut bisa mengganti label produk "oDABI", yang menjelaskan bahwa produk adalah produk babi, diganti menjadi produk olahan sapi.

3.2. ANALISIS RESIKO USAHA

- Bagi saluran pemasaran *online* akan sulit memperoleh penjualan jika tidak tahu taktik pemasaran yang tepat dan tidak bisa menarik kepercayaan konsumen.
- Sulit mencari saluran distribusi (toko ritel) yang cocok agar tidak memberikan dampak negatif pada pelanggan toko tersebut.
- Adanya keterbatasan dana untuk melakukan persiapan bisnis yang memadai.
- Kesalahan dalam proses produksi menyebabkan kerugian karena produk tersebut gagal untuk di pasarkan
- Pengiriman yang lama produk ke luar kota bisa menyebabkan kerusakan produk (kerupuk menjadi alot, abon menjadi berair)

3.3. ANTISIPASI RESIKO USAHA

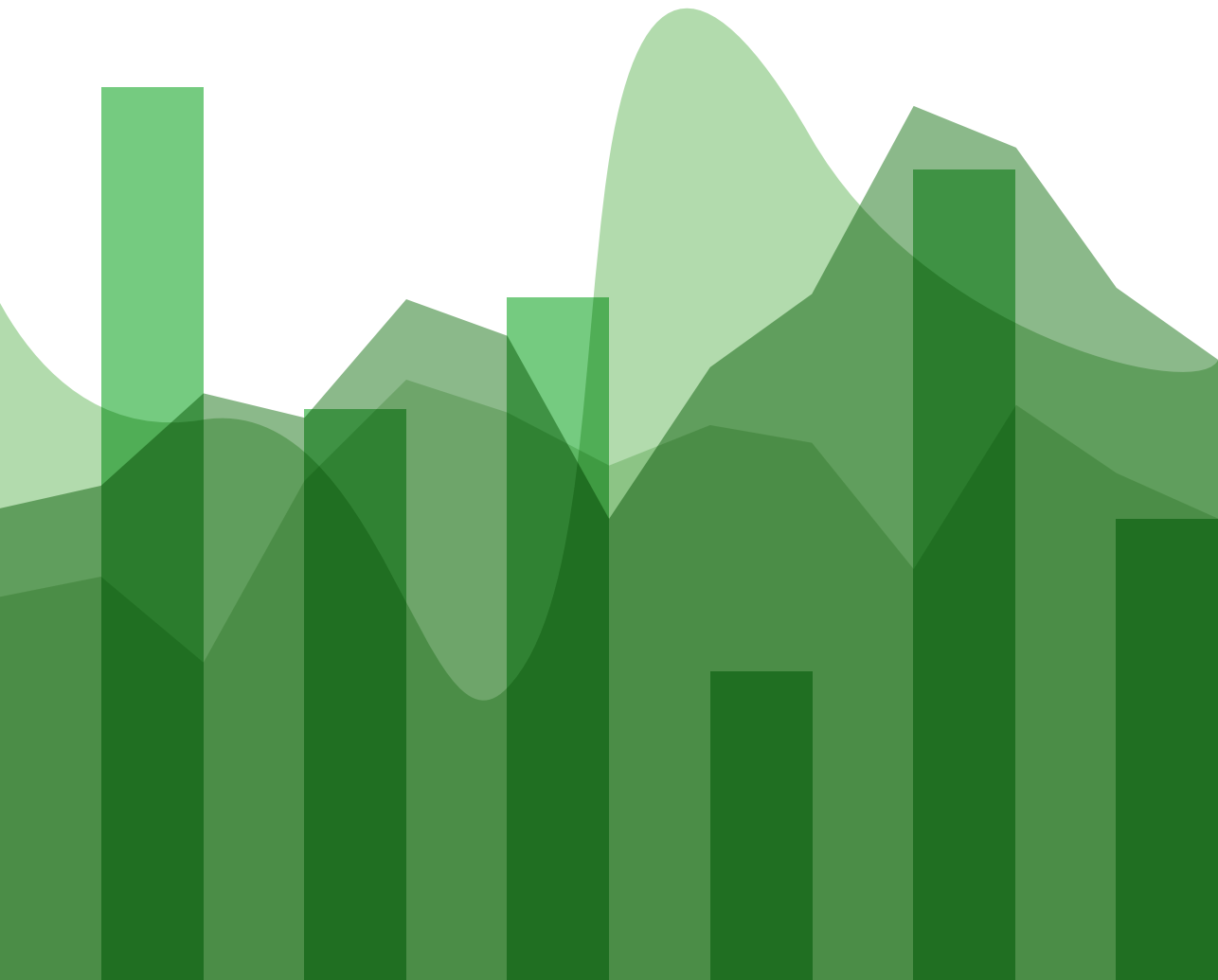
- Memberikan pelatihan pemasaran kepada karyawan agar karyawan melek akan kemajuan teknologi
- Mencari toko-toko yang menjual banyak produk dengan jenis yang beragam seperti Setiabudi Supermarket, Papaya, Hypermart, Carefour, dan Yogya.
- Mencari investor dan dukungan dana dari pemerintah untuk memodali proses produksi dan operasional
- Memastikan prosedur *recruitment* dengan benar dan membuat SOP (Standar Operasional Prosedur)
- Membuat *safety packaging* untuk kemasan luar produk (bukan kemasan produk).

LAMPIRAN. FOTO INOVASI PRODUK/JASA



DESA

PURBA DOLOK



Analisis Data Desa Purba Dolok

Tutik Rachmawati, PhD⁴⁶

A. Pendahuluan

Analisis ini disusun sebagai bentuk rekomendasi pembangunan desa dan pengembangan potensi desa kepada Desa Purba Dolok. Rekomendasi pembangunan desa dan pengembangan potensi desa merupakan rekomendasi yang valid berbasis data desa dan data potensi desa. Data desa dan data potensi desa tersebut merupakan hasil dari survey rumah tangga secara menyeluruh kepada seluruh kepala keluarga yang ada di Desa Purba Dolok. Dengan demikian, data-data yang dimanfaatkan untuk analisis ini merupakan data-data dari seluruh kepala keluarga Desa Purba Dolok sejumlah 345 KK dengan total jumlah penduduk sebanyak 1479 orang.

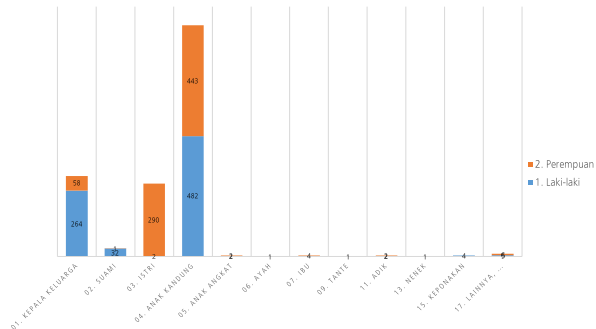
Rekomendasi pembangunan desa ini dimaksudkan sebagai upaya pembentukan program-program untuk membangun Desa Purba Dolok. Sementara pengembangan potensi desa merupakan kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk memanfaatkan potensi desa dan dikembangkan untuk tujuan menghasilkan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat desa dan desa secara keseluruhan, seperti peningkatan pendapatan masyarakat juga peningkatan pendapatan asli desa (PAD).

Selanjutnya dalam analisis ini akan dipaparkan data-data yang diikuti dengan analisis dan rekomendasi program pembangunan atau pengembangan potensi desa.

46 Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan

1. Pemberdayaan Kepala Keluarga Perempuan

Berdasarkan pada Grafik 1. berikut ini, yaitu tabulasi silang antara status hubungan dalam keluarga dan jenis kelamin, maka dapat dipahami bahwa sebanyak 58 orang atau sebesar 32,2% penduduk berjenis kelamin perempuan menjadi kepala keluarga.



Grafik 1.
Tabulasi Silang Status Hubungan Dalam Keluarga dan Jenis Kelamin

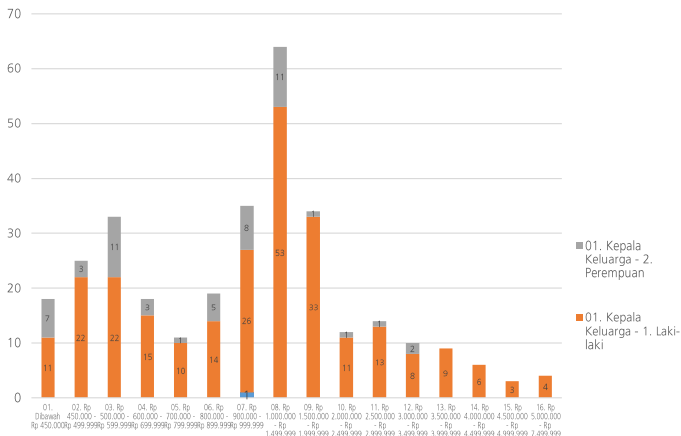
Bila data tersebut ditriangulasi dengan:

1. Data hasil tabulasi silang antara status hubungan dalam keluarga, jenis kelamin, dan tingkat pengeluaran
2. Data hasil tabulasi silang antara status hubungan dalam keluarga, jenis kelamin, dan tingkat pendapatan.

Maka dapat diperoleh informasi bahwa hanya 54 kepala keluarga perempuan yang mengisi jawaban dari pertanyaan mengenai pengeluaran dan pendapatan.

BPS memberikan standar acuan angka kemiskinan berdasarkan pada *Purchasing Power Parity* (banyaknya rupiah yang dikeluarkan untuk membeli sejumlah barang yang sama setara dengan 1 dolar Amerika Serikat). Dengan standar tersebut, maka angka kemiskinan ditetapkan berdasarkan jumlah rupiah yang dikeluarkan oleh setiap orang untuk pembelanjaan kelompok makanan dan non-makanan. Angka rata-rata kemiskinan BPS pada Maret 2018 adalah Rp 401.220.

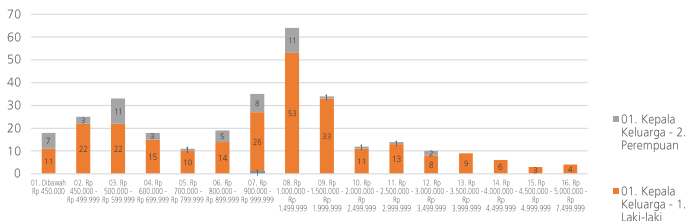
Dengan dasar angka rata-rata kemiskinan tersebut, maka dapat dipahami bahwa terdapat sejumlah 10 kepala keluarga perempuan yang berada di bawah garis kemiskinan dan tepat berada di bawah garis kemiskinan.



Grafik 2.
 Tabulasi Silang Status Hubungan Dalam Keluarga, Jenis Kelamin, dan Tingkat Pengeluaran

Bila ditriangulasikan dengan data pada Grafik 3. di bawah ini, maka berdasar tingkat pendapatan pun, kepala keluarga perempuan yang berada di bawah garis kemiskinan dan tepat berada di bawah garis kemiskinan berjumlah 10 orang atau sekitar 0,6%.

Dengan mempertimbangkan hal tersebut, maka pemerintah Desa Purba Dolok harus menyusun program-program untuk membantu kepala keluarga perempuan. Telah ada beberapa inisiatif yang dilakukan untuk pemberdayaan kepala keluarga perempuan. Salah satunya adalah pemberdayaan yang dilakukan oleh PEKKA atau Yayasan Pemberdayaan Perempuan Kepala Keluarga. Saat ini, PEKKA aktif di 20 Provinsi, 65 Kabupaten, 220 Kecamatan, dan 850 Desa⁴⁷. PEKKA saat ini mendapatkan dukungan dari MAMPU – Kemitraan Australia-Indonesia untuk Kesetaraan Gender dan Pemberdayaan Perempuan. Desa Purba Dolok dapat bekerja sama dengan PEKKA untuk dapat memperkuat dan memberdayakan perempuan kepala keluarga yang berjumlah 32% persen tersebut.



Grafik 3.
 Tabulasi Silang Status Hubungan Dalam Keluarga, Jenis Kelamin, dan Tingkat Pendapatan

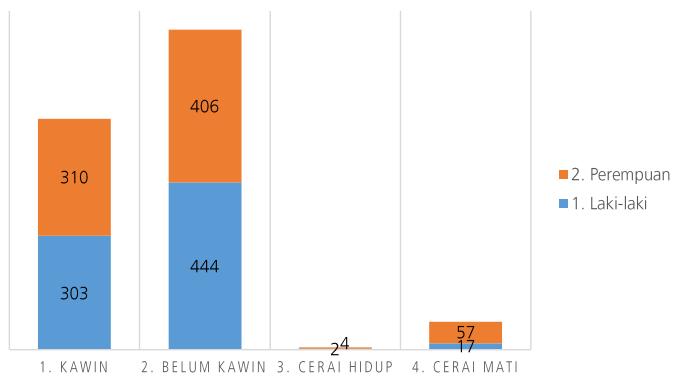
47 Dikutip dari mampu.or.id

2. Revitalisasi Program Keluarga Berencana

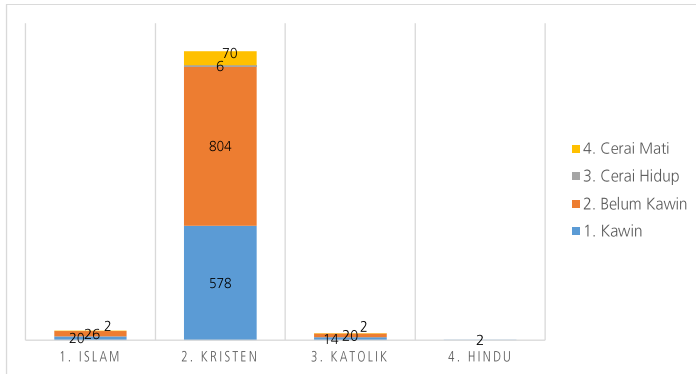
Berdasarkan data tabulasi silang antara data jenis kelamin dengan status perkawinan pada Grafik 4 berikut ini, maka dapat dipahami bahwa sejumlah 41,4% (613/1479) penduduk desa di Desa Purba Dolok berada dalam ikatan perkawinan. Dengan jumlah penduduk yang kawin setinggi 41,4% tersebut, maka Desa Purba Dolok perlu melakukan revitalisasi program Keluarga Berencana (KB), sehingga dapat berkontribusi terhadap pengendalian jumlah penduduk di Indonesia. Tentu kita pahami bahwa program KB di Indonesia tidak lagi menjadi prioritas dan bahwa Indonesia berada dalam posisi yang akan menikmati bonus demografi karena jumlah penduduknya yang amat banyak. Namun perlu disadari bahwa Indonesia juga telah meratifikasi *Sustainable Development Goals* (SDGs). Untuk mencapai SDGs di tahun 2030 tersebut diperlukan pengendalian jumlah penduduk. Terlebih lagi untuk mencapai tujuan penghematan sumber daya bumi, maka pengendalian jumlah penduduk menjadi hal yang penting.

Data pada Grafik 4. tersebut juga menunjukkan jumlah penduduk yang kawin pada posisi seimbang antara laki-laki dan perempuan. Hal tersebut merupakan potensi bahwa pelaksanaan KB dan kontribusi pengendalian jumlah penduduk di Indonesia dapat dilakukan oleh perempuan maupun laki-laki. Artinya terdapat potensi baik penduduk perempuan maupun penduduk laki-laki untuk menjadi akseptor KB.

Selanjutnya pada Grafik 5. digambarkan mengenai hasil tabulasi silang antara data agama dan status perkawinan. Dengan jumlah terbesar pasangan yang kawin memeluk agama Kristen, maka upaya revitalisasi program KB dan penyadaran masyarakat mengenai



Grafik 4.
Tabulasi Silang Status
Perkawinan dan Jenis
Kelamin

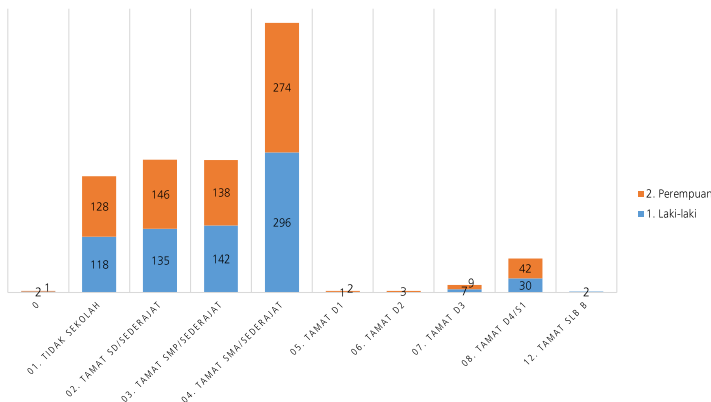


Grafik 5.
 Tabulasi Silang Agama dan Status Perkawinan

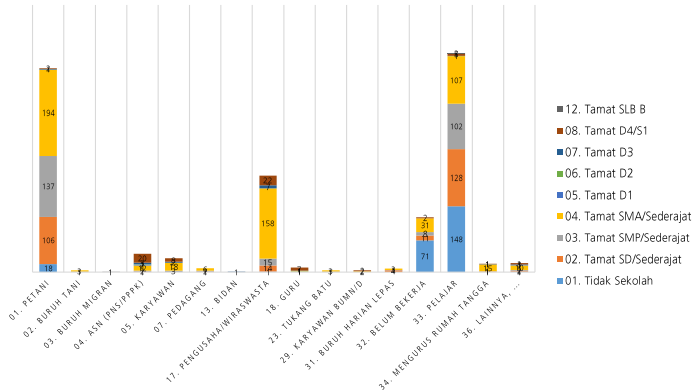
pentingnya KB sebagai bagian dari upaya pengendalian jumlah penduduk dan pencapaian SDGs, maka pemerintah desa dapat menjalin kerja sama dengan pihak gereja supaya dapat melakukan 'outreach' akseptor KB lebih luas.

3 Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pendidikan Keterampilan Kerja

Berdasarkan Grafik 6., yaitu hasil tabulasi silang antara tingkat pendidikan dengan jenis kelamin ini maka dapat dipahami bahwa mayoritas penduduk Desa Purba Dolok berpendidikan SMA atau sederajat. Selanjutnya pada Grafik 7. dideskripsikan hasil tabulasi silang antara jenis pekerjaan dan tingkat pendidikan. Hasil tabulasi silang menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk Desa Purba Dolok (194 orang) bermata pencaharian sebagai petani dengan tingkat pendidikan tamat SMA/ sederajat.



Grafik 6.
 Tabulasi Silang Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin



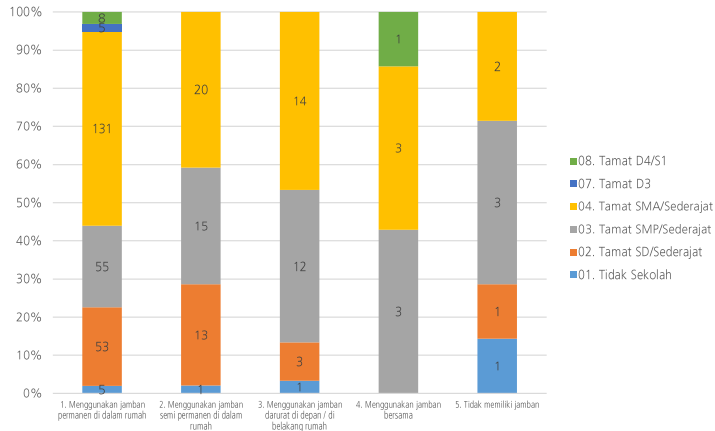
Grafik 7.
Tabulasi Silang Jenis Pekerjaan dan Tingkat Pendidikan

Dengan data-data pada Grafik 6. dan 7. tersebut, maka pemerintah Desa Purba Dolok harus mempertimbangkan untuk menyelenggarakan program-program pendidikan keterampilan kerja (bersertifikasi) bidang pertanian. Untuk memulai program-program pendidikan keterampilan kerja (bersertifikasi) bidang pertanian, maka perlu ada riset lanjutan mengenai pola kegiatan yang dilakukan oleh para pemuda yang baru lulus SMA atau sederajat di Desa Purba Dolok. Dengan pemahaman pola kegiatan/aktivitas pemuda baru saja lulus dari SMA tersebut, maka pemerintah Desa Purba Dolok dapat menyusun rencana pelatihan-pelatihan atau mengusulkan pelatihan yang diperlukan untuk lulusan SMA tersebut dengan bantuan dari *stakeholder* lain, dalam hal ini pemerintah pusat (kementerian atau lembaga terkait), pemerintah kabupaten, swasta lewat CSR, atau perguruan tinggi.

4. Penguatan Program-Program Perilaku Hidup Bersih Sehat (PHBS)

Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) merupakan salah satu indikator capaian kesejahteraan masyarakat desa. Perilaku hidup bersih dan sehat menjadi modal dasar bagi perwujudan tingkat kesehatan Desa Purba Dolok untuk membangun sumber daya manusia yang lebih berkualitas.

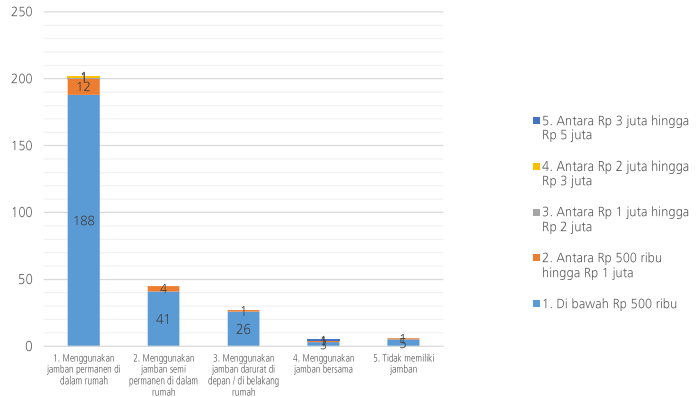
Berikut ini adalah data-data yang dimiliki oleh Desa Purba Dolok terkait dengan upaya mewujudkan PHBS.



Grafik 8.
 Tabulasi Silang Tingkat Pendidikan dan Kepemilikan Jamban

Data pada Grafik 8. tersebut di atas menunjukkan bahwa masih terdapat 7 rumah tangga yang belum memiliki jamban. Hal ini tentunya harus mendapatkan perhatian dari pemerintah Desa Purba Dolok. Jika pemerintah Desa Purba Dolok hendak mencapai prestasi *Open Defecation Free* yang berarti bahwa seluruh anggota masyarakat memiliki akses terhadap toilet/jamban bukan membuang air (kecil/besar) di tempat terbuka sampai dengan 100%, maka harus dibuat program pembuatan jamban untuk 7 rumah tangga yang belum memiliki jamban tersebut. Dari Grafik 8. tersebut juga dapat dipahami bahwa tampaknya tidak ada perbedaan dalam hal tingkat pendidikan dengan kepemilikan jamban. Hal tersebut dapat ditemukan dari data bahwa penduduk dengan tingkat pendidikan sampai dengan SMA/ sederajat yang seharusnya memiliki tingkat kesadaran akan pentingnya kepemilikan jamban pun ternyata masih ada yang tidak memiliki jamban (2 orang), menggunakan jamban bersama (3 orang), dan menggunakan jamban darurat di luar rumah (depan/belakang rumah) sebanyak 14 orang.

Pembuatan jamban bagi rumah tangga yang tidak memiliki jamban tersebut perlu menjadi prioritas dengan mempertimbangkan pula data yang terdapat di Grafik 9. di bawah ini. Dalam grafik tersebut dapat diketahui bahwa rumah tangga yang tidak memiliki jamban adalah keluarga dengan tingkat pengeluaran di bawah Rp 500.000 dan tingkat pengeluaran di antara Rp 500.000 sampai dengan Rp 1.000.000. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, maka pembuatan jamban bagi rumah tangga harus merupakan program dengan pendanaan dari desa dan diberikan secara gratis.

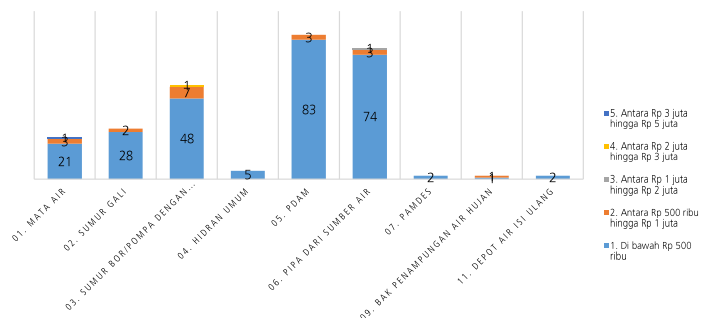


Grafik 9.
Tabulasi Silang Tingkat Pengeluaran dan Kepemilikan Jamban

Selain ketersediaan jamban bagi rumah tangga, perilaku hidup bersih dan sehat juga harus didukung dengan ketersediaan sumber air bersih bagi rumah tangga. Berikut ini adalah data-data tentang ketersediaan sumber air bagi rumah tangga di Desa Purba Dolok.

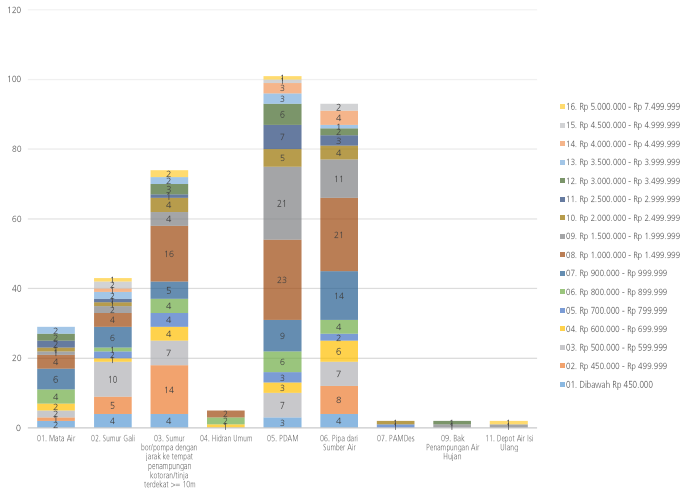
Dari Grafik 10. dan Grafik 11. di atas, dapat dipahami bahwa sumber air yang dimiliki oleh masyarakat Desa Purba Dolok adalah (1) sumur bor/pompa dengan jarak penampungan kotoran/tinja terdekat ≥ 10 m, (2) PDAM, (3) pipa dari sumber air, (4) sumur gali, dan (5) mata air.

Dengan data-data tersebut, maka Desa Purba Dolok tidak memiliki masalah dalam hal ketersediaan air. Dengan mendasarkan pada pengalaman yang dilakukan oleh desa-desa lain di Provinsi Jawa Barat, misalnya di Desa Sukalaksana, Kecamatan Samarang, Kabupaten Garut dan juga Desa Sukemenak, Kabupaten Bandung, maka ketersediaan air

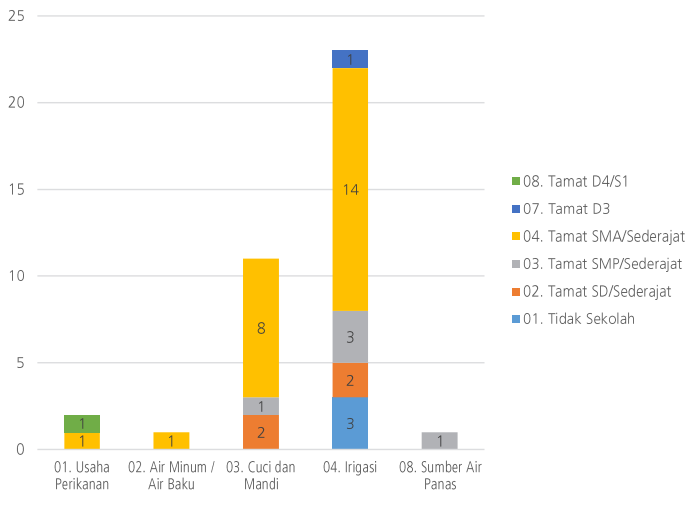


Grafik 10.
Tabulasi Silang Tingkat Pengeluaran dan Sumber Air Minum

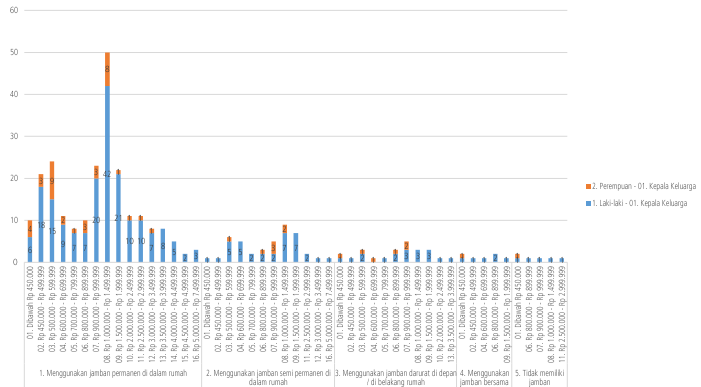
PEMBANGUNAN DESA BERBASIS DATA
 Analisis Isu dan Potensi Desa di Kabupaten Humbang Hasudutan



yang melimpah ini harus dilihat sebagai potensi yang dapat dikembangkan untuk program PAMSIMAS (Penyediaan Air Minum dan Sanitasi Berbasis Masyarakat), yang pada akhirnya dapat dibentuk menjadi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan mencapai tujuan ODF 100%.



Grafik 12. di bawah ini menunjukkan pemanfaatan sumber air yang bagi masyarakat Desa Purba Dolok mayoritas dimanfaatkan untuk (1) irigasi dan (2) cuci dan mandi. Dari data tersebut juga terdapat informasi bawah di Desa Purba Dolok terdapat sumber mata air panas, yaitu di Dusun 3. Sumber mata air panas ini tentunya dapat dimanfaatkan untuk pengembangan Desa Purba Dolok dan dikembangkan menjadi salah satu unit usaha apabila BUMDes Desa Purba Dolok telah terbentuk.



Grafik 13.
Tabulasi Silang Jenis Kelamin, Kepemilikan Jamban, Kepala Keluarga, dan Tingkat Pendapatan

Data pada Grafik 13 di atas menunjukkan bahwa terdapat satu keluarga dengan kepala keluarga perempuan yang tidak memiliki jamban (bertempat tinggal di Dusun 1). Tentu saja rumah tangga ini perlu mendapatkan prioritas bantuan dari pemerintah Desa Purba Dolok untuk menjamin ketersediaan jamban bagi setiap rumah tangga guna mencapai *Open Defecation Free* 100%.

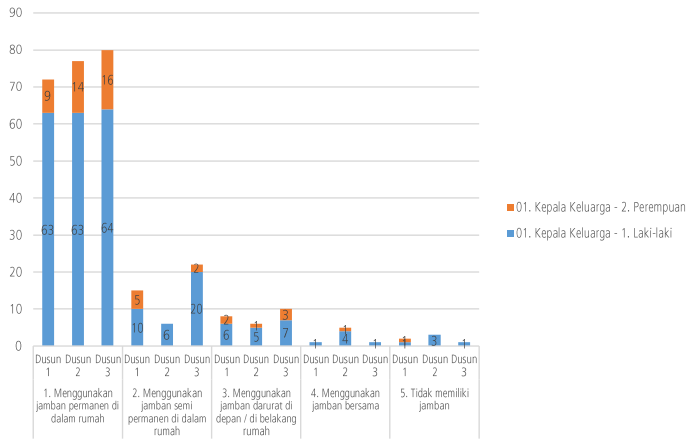
Selanjutnya, data pada Grafik 14. berikut ini menjelaskan tentang:

- Dusun 1: 1 rumah tangga tidak memiliki jamban, 2 orang menggunakan jamban darurat di depan/di belakang rumah
- Dusun 2: 1 orang menggunakan jamban darurat di depan/di belakang rumah, 1 orang menggunakan jamban bersama
- Dusun 3: 3 orang menggunakan jamban darurat di depan/di belakang rumah

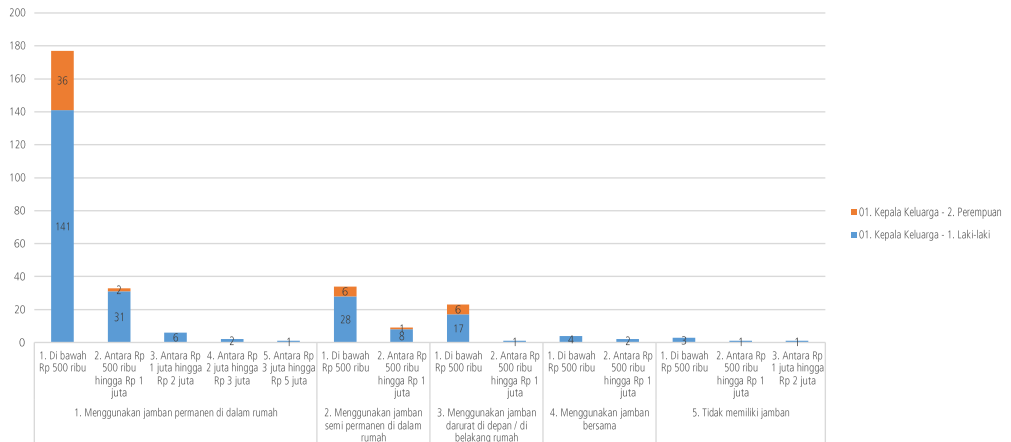
Dengan menggunakan data pada Grafik 14. di halaman selanjutnya ini, maka dapat dipahami bahwa berdasarkan tingkat pengeluaran, maka terdapat 6 keluarga dengan kepala keluarga perempuan yang masih menggunakan jamban darurat di depan/di belakang rumah.

Selain itu, data pada Grafik 15. juga menjelaskan bahwa ada 6 (enam) keluarga dengan kepala keluarga perempuan dengan tingkat pengeluaran di bawah Rp 500.000 (di batas garis kemiskinan) yang menggunakan jamban darurat di depan/di belakang rumah.

Data-data tersebut tentu saja menjadi data yang sangat bermanfaat untuk menjadi dasar utama program pembangunan jamban keluarga sebagai bagian dari program pemberdayaan kepala keluarga perempuan pada poin 1 di atas.



Grafik 14.
 Tabulasi Silang Jenis Jamban dan Dusun



Grafik 15.
 Tabulasi Silang Jenis Kelamin, Kepala Keluarga, Kepemilikan Jamban, dan Tingkat Pengeluaran

5. Potensi Penguatan Pajak Bumi dan Bangunan

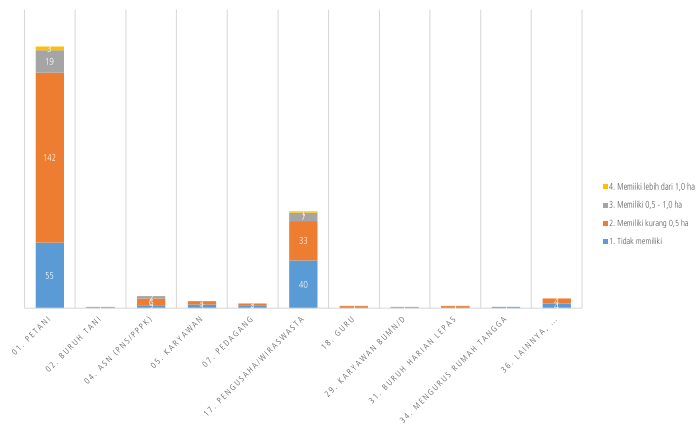
Pajak Bumi dan Bangunan merupakan bagian dari Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (PDRD). Pemungutan Pajak PBB, berdasar UU Otonomi Daerah No. 32 Tahun 2004, menjadi hak pemerintah daerah.

Sumber pendapatan desa menurut UU Desa No. 6 Tahun 2014 terdiri:

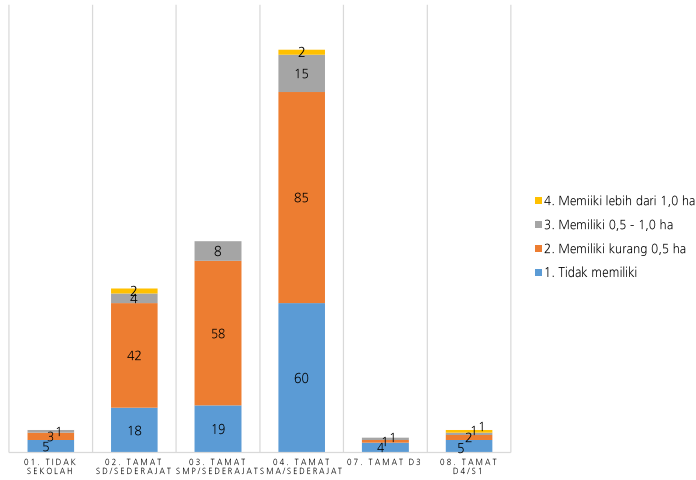
- Pendapatan Asli Desa
- Dana Desa yang bersumber dari APBN
- Bagian dari Hasil PDRD Kabupaten/Kota
- Alokasi dana desa dari Kabupaten/Kota
- Bantuan Keuangan dari APBD Provinsi dan APBD Kabupaten/Kota
- Hibah dan sumbangan pihak ketiga
- Lain-lain pendapatan desa yang sah

Dengan demikian, semakin besar capaian PDRD kabupaten maka akan semakin besar pula bagian hasil PDRD yang diterima oleh desa. Untuk mendapatkan capaian PDRD yang baik harus didukung oleh tertib Administrasi PBB. Untuk menunjang tertib Administrasi PBB tersebut, maka perlu ada kejelasan soal potensi pajak PBB. Potensi pajak PBB terdiri dari bangunan (rumah) dan lahan.

Indikasi potensi tersebut didasarkan pada data valid pada Grafik 16. berikut ini. Berdasarkan pada grafik tersebut, maka dapat dipahami bahwa sejumlah 142 orang dari 1.479



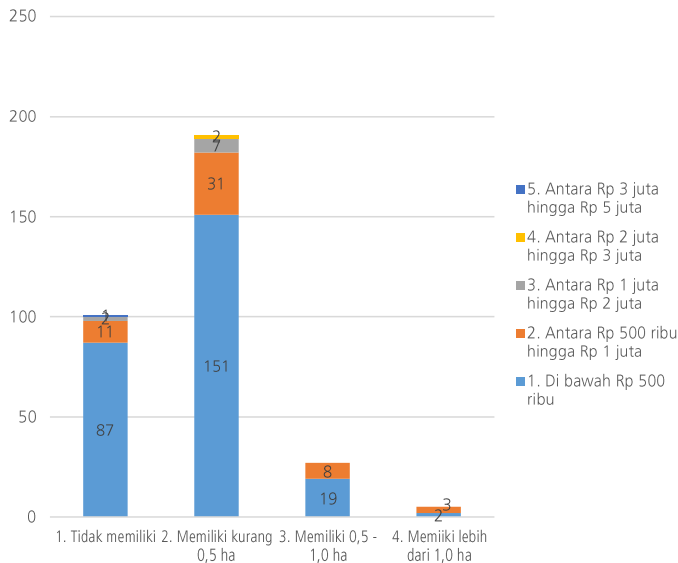
Grafik 16.
Tabulasi Silang Jenis
Pekerjaan dan Kepemilikan
Lahan



Grafik 17.
 Tabulasi Silang Tingkat Pendidikan dan Kepemilikan Lahan

orang (atau sebesar 9,6%) penduduk Desa Purba Dolok bekerja sebagai petani dengan kepemilikan lahan kurang dari 0,5 ha.

Dengan berdasar Grafik 17. berikut, yaitu grafik tabulasi silang antara tingkat pendidikan dengan kepemilikan lahan, maka didapatkan data lebih lanjut bahwa dari sejumlah 162



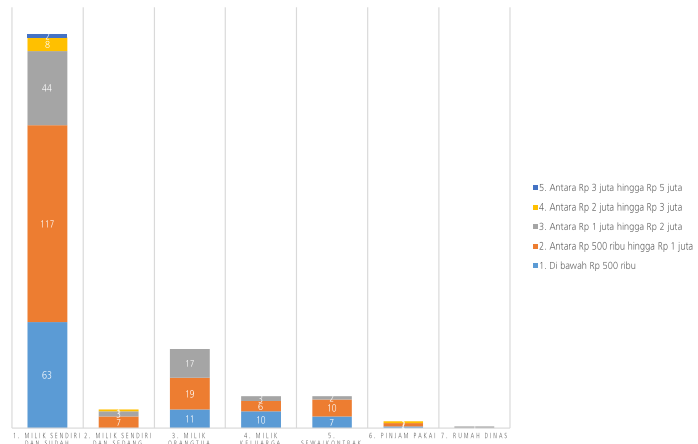
Grafik 18.
 Tabulasi Silang Tingkat Pengeluaran dan Kepemilikan Lahan

orang yang berpendidikan SMA atau sederajat mencapai kepemilikan lahan kurang dari 0,5 ha. Dengan latar belakang pendidikan SMA, yang diasumsikan pemahaman akan pajak lebih baik, maka 162 orang tersebut diharapkan menjadi wajib pajak PBB yang baik.

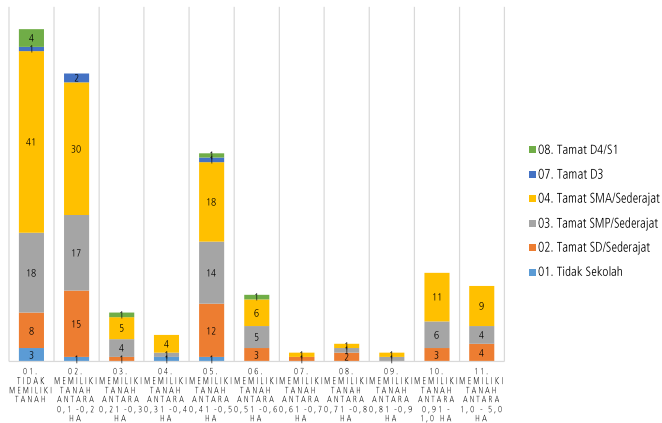
Demikian juga bila dilihat dari aspek tingkat pengeluaran, dapat dipahami berdasarkan pada Grafik 18. berikut ini bahwa sebagian besar warga Desa Purba Dolok memiliki lahan kurang dari 0,5 ha dengan tingkat pengeluaran di bawah Rp 500.000. Hal ini tentu saja menjadi masukan bagi pemerintah desa pada saat nanti menegakkan pungutan PBB. Tentunya dengan tingkat pengeluaran yang rendah (berarti mereka berada di garis kemiskinan) mengharapakan kepatuhan pembayaran pajak PBB adalah sesuatu yang sulit.

Selain itu, data pada grafik berikut menjelaskan lebih lanjut pembahasan kepemilikan rumah. Rumah yang merupakan bangunan juga merupakan sumber potensi pajak PBB bagi pemerintahan desa. Grafik 19. berikut ini menjelaskan bahwa sebanyak 234 warga (15,8%) memiliki rumah yang sudah menjadi milik sendiri dan lunas.

Grafik 19.
Tabulasi Silang Tingkat
Pengeluaran dan
Kepemilikan Rumah



Berdasarkan pada Grafik 20. berikut ini, dapat diketahui bahwa meskipun benar sebagian besar warga Desa Purba Dolok tidak memiliki tanah, namun terdapat 56 rumah tangga (3,8%) dan 46 warga (3,11%) yang masing-masing memiliki tanah antara 0,1 – 0,2 ha dan 0,41 – 0,5 ha. Hal ini tentu saja menjadi potensi objek pajak.



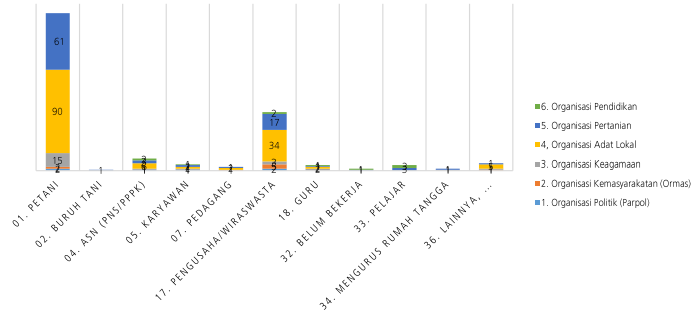
Grafik 20.
 Tabulasi Silang antara
 Tingkat Pendidikan dan
 Penguasaan Aset Tanah

6. Penguatan Organisasi Berbasis Masyarakat (Community Based Organisation)

Grafik 21. berikut ini menjelaskan mengenai jenis organisasi berbasis masyarakat (*Community Based Organisation/CBO*) yang diikuti oleh warga Desa Purba Dolok. Sebanyak 61 orang dari sejumlah 170 petani (35%) bergabung dalam organisasi pertanian. Selain itu, sejumlah 90 petani (52%) aktif dalam organisasi adat lokal dan 15 petani (8,8%) terlibat aktif dalam organisasi keagamaan. Dari seluruh jumlah penduduk Desa Purba Dolok, 8,3% penduduk (124 orang) menjadi anggota organisasi adat lokal, dan 5,2% penduduk (78 penduduk) terlibat aktif dalam organisasi pertanian.

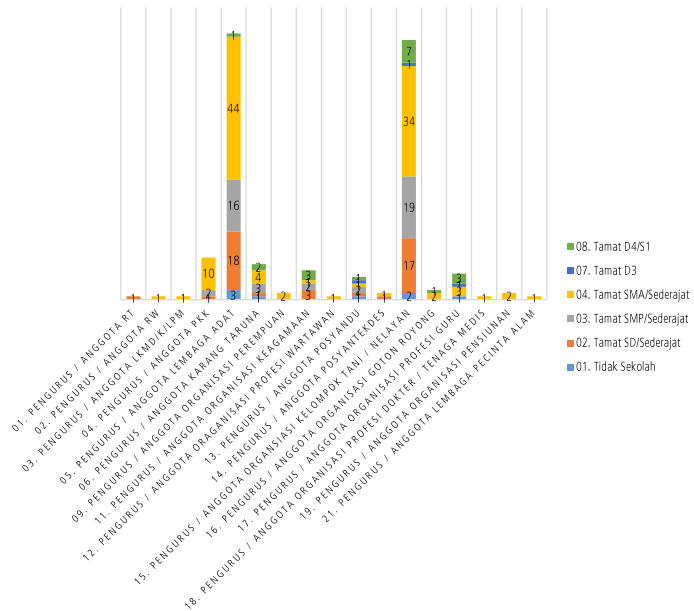
Dengan data-data tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa di Desa Purba Dolok, terdapat organisasi berbasis kemasyarakatan, yaitu (1) organisasi pertanian, (2) organisasi adat lokal, dan (3) organisasi keagamaan.

Selanjutnya, pada Grafik 22., terdapat informasi mengenai keaktifan warga Desa Purba Dolok dalam organisasi, baik menjadi pengurus maupun anggota aktif. Dengan data-data tersebut, maka dapat dipastikan bahwa warga Desa Purba Dolok aktif dalam dua lembaga utama yang ada di desa, yaitu lembaga adat dan kelompok tani.



Grafik 21.
Tabulasi Silang Jenis
Pekerjaan dan Keanggotaan
Organisasi

Kuatnya kelembagaan (*institutional thickness*) dalam sebuah daerah merupakan faktor yang menentukan perkembangan sebuah wilayah⁴⁸. Dalam hal *institutional thickness*, Desa Purba Dolok telah memiliki modal yang baik. Selanjutnya yang perlu dikembangkan adalah *institutional effectiveness*, yaitu bagaimana lembaga-lembaga yang ada dapat menjadi lembaga yang lebih efektif dalam mengembangkan Desa Purba Dolok.



Grafik 22.
Tabulasi Silang Tingkat
Pendidikan dengan
Kepengurusan Organisasi

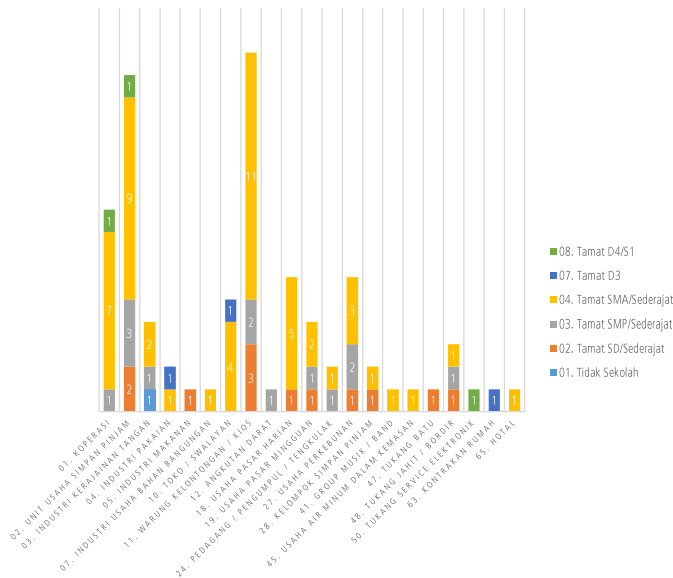
48 Dikutip dari North, D. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Princeton, NJ: Cambridge University Press.

Untuk mencapai tujuan *institutional effectiveness*, lembaga adat yang ada di Desa Purba Dolok dapat lebih dikembangkan menjadi lembaga perkreditan desa (LPD) yang khusus merupakan lembaga adat yang berfokus pada kegiatan ekonomi/keuangan mikro.

Selain itu, lembaga kelompok tani yang terdapat di Desa Purba Dolok dapat dikembangkan untuk menjadi lembaga yang lebih kuat dan lebih efektif yaitu gabungan kelompok tani (Gapoktan). Gapoktan inilah yang menjadi media pengembangan potensi Desa Purba Dolok, misalnya kopi dan kemenyan.

7. Penguatan Potensi Lembaga Ekonomi Desa

Lembaga ekonomi yang terdapat di Desa Purba Dolok dapat menjadi mesin penggerak perekonomian desa yang efektif. Seperti yang telah dijelaskan diatas, lembaga ekonomi desa merupakan bagian dari kekuatan kelembagaan (*institutional thickness*)⁴⁹. Berikut ini adalah potensi lembaga ekonomi di Desa Purba Dolok berdasarkan data-data valid yang telah berhasil dikumpulkan.



Grafik 23.
 Tabulasi Silang Jenis
 Lembaga Ekonomi dan
 Tingkat Pendidikan

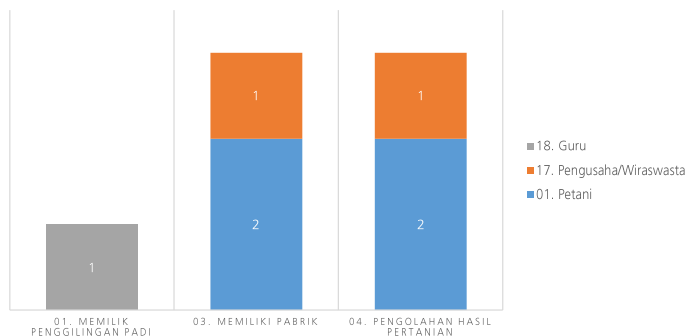
49 Dikutip dari North, D. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Princeton, NJ: Cambridge University Press.

Data pada Grafik 23. berikut ini menjelaskan keberadaan lembaga ekonomi yang ada di Desa Purba Dolok. Warung kelontongan/kios dimiliki oleh sebagian besar warga Desa Purba Dolok, yaitu sebanyak 16 orang (1,08%). Selain toko kelontong, terdapat juga unit usaha simpan pinjam yang terdiri dari 15 orang (1,01%). Selain dua lembaga tersebut, hasil survey menunjukkan bahwa di Desa Purba Dolok terdapat koperasi (9 warga menjadi anggota), pasar harian, usaha perkebunan, dan pasar mingguan.

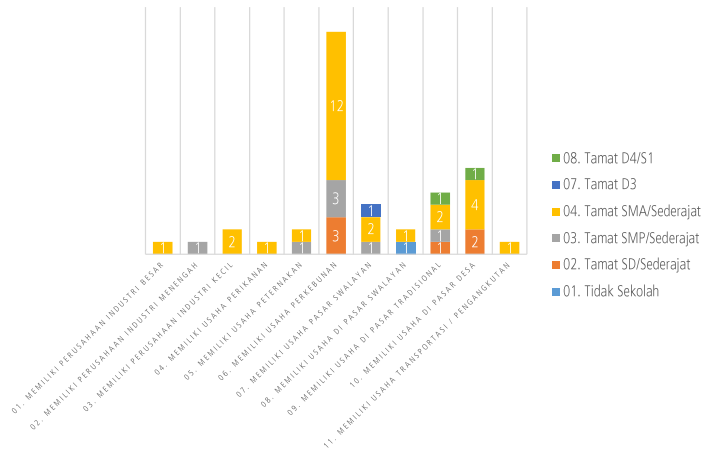
Grafik 24. dibawah ini menunjukkan bahwa di Desa Purba Dolok terdapat kepemilikan aset produksi oleh beberapa warga meskipun dalam jumlah yang sangat kecil. Sesuai dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat ABCD (*Asset Based Community Development*), maka kunci untuk memberdayakan masyarakat atau membangun desa secara keseluruhan adalah dengan memberikan akses terhadap aset atau memberikan aset kepada warga masyarakat⁵⁰. Di Desa Purba Dolok, terdapat penggilingan padi, pabrik, dan pengolahan hasil pertanian yang secara keseluruhan dimiliki oleh 6 warga Desa Purba Dolok.

Selain aset produksi, Desa Purba Dolok juga memiliki jenis usaha perkebunan (18 orang), memiliki usaha di pasar desa (7 orang), dan memiliki usaha di pasar tradisional (5 orang). Selain tiga jenis usaha tersebut, pemerintah Desa Purba Dolok juga perlu memperhatikan data pada Grafik 25. berikut yang menunjukkan bahwa 4 perusahaan industri (besar, menengah, dan kecil) yang bila diberikan dukungan dengan tepat dapat meningkatkan skalanya dan menyerap tenaga kerja di desa.

Grafik 24.
Tabulasi Silang Pekerjaan
dan Kepemilikan Aset
Produksi

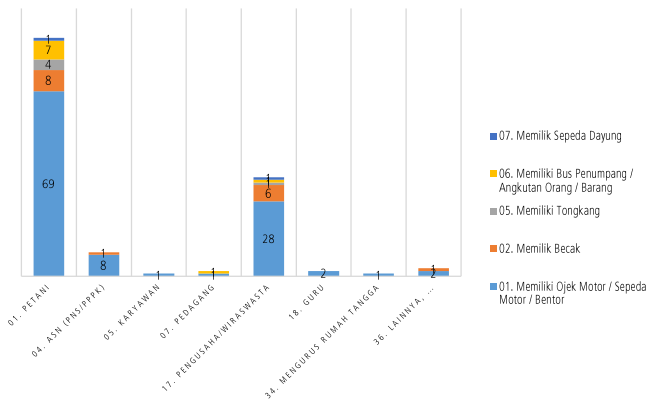


50 Dikutip dari Kretzmann, John; McKnight, John (1993). *Building Communities From the Inside Out: A Path Toward Finding and Mobilizing a Community's Assets* (3rd ed.). Chicago, IL: ACTA Publications.



Grafik 25.
 Tabulasi Silang Jenis Usaha dan Tingkat Pendidikan

Sejalan dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat ABCD, aspek penting yang dimiliki oleh masyarakat untuk mencapai kesejahteraan, yang disebut dengan *capability*⁵¹. Bagian penting dari kapabilitas ini adalah akses terhadap sumber daya (*access to resources*), termasuk aset. Data-data dalam Grafik 26. berikut ini merupakan bentuk akses berbentuk aset, yang dalam pendekatan kapabilitas (*capability approach*) dapat dimanfaatkan oleh individu-individu pemiliknya menjadi sumber daya bagi aktivitas-aktivitas ekonomi yang bermanfaat.



Grafik 26.
 Tabulasi Silang Jenis Pekerjaan dan Kepemilikan Alat Transportasi

51 Dikutip dari Sen, Amartya (1989). Development as Capability Expansion, *Journal of Development Planning* 19: 41–58.

Berdasarkan data pada Grafik 26. berikut ini, dapat dipahami bahwa mayoritas warga Desa Purba Dolok yang merupakan petani (69 orang) memiliki ojek motor/sepeda motor/bentor. Selain sepeda motor, terdapat juga 8 petani di Desa Purba Dolok yang memiliki becak, 4 orang petani yang memiliki tongkang, dan 7 orang petani yang memiliki bus penumpang/angkutan orang/barang. Alat-alat transportasi tersebut tentu saja menjadi salah satu aset bagi para petani untuk menunjang aktivitas pertanian mereka.

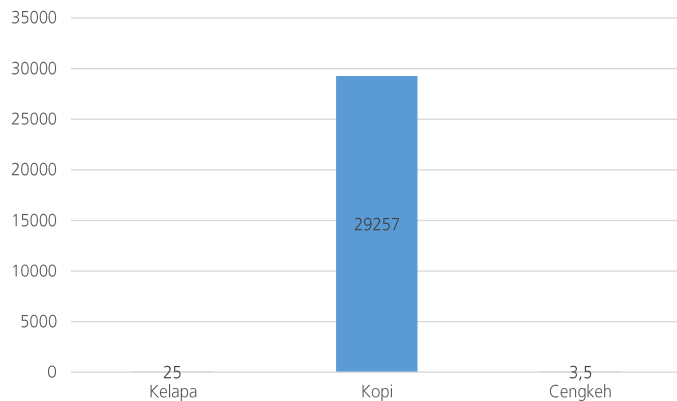
8. Pengembangan Potensi Unggulan Desa Purba Dolok

Berikut dalam bagian ini, akan dipaparkan data-data potensi unggulan yang diperoleh dari hasil survey rumah tangga di Desa Purba Dolok.

8.1 Potensi Kopi

Potensi kopi Desa Purba Dolok dapat dikembangkan sebagai sumber pendapatan untuk masyarakat desa. Dengan mengikuti model pengembangan dan pembangunan inovasi tim peneliti UNPAR, maka setiap potensi inovasi memerlukan riset dan pengujian mengenai kualitas kopi⁵². Demikian pula halnya dengan kopi Desa Purba Dolok, diperlukan riset dan pengujian kualitas kopi untuk menjadikan produk kopi ini menjadi produk dengan nilai tambah yang tinggi.

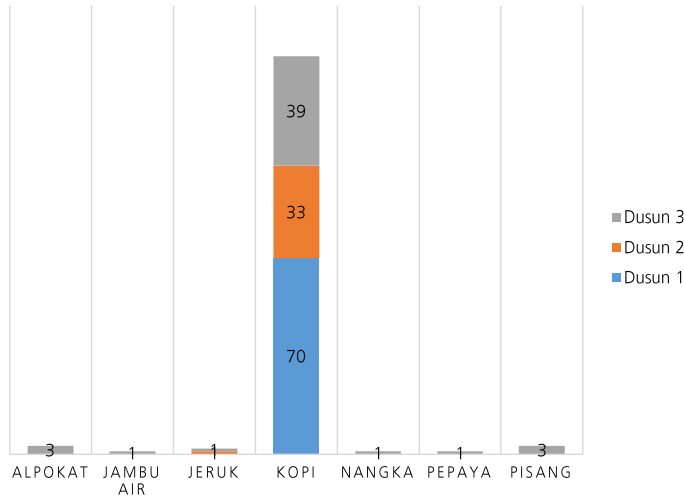
Grafik 27. berikut ini adalah hasil kopi di Desa Purba Dolok.



Grafik 27.
Hasil Komoditas Perkebunan
Desa Dolok Purba
(dalam kg, per tahun)

52 Dikutip dari Prasetyo dkk. (2017), Inovasi: Untuk Mewujudkan Desa Unggul dan Berkelanjutan, Edisi Pertama & Edisi Kedua

Jumlah hasil kopi yang sangat besar tersebut, dijelaskan secara lebih rinci pada Grafik 28. di bawah ini. Potensi kopi sebagian besar dihasilkan oleh Dusun 1 oleh 70 rumah tangga. Hal ini menandakan bahwa Dusun 1 perlu menjadi sentra pengembangan kopi Purba Dolok, sedangkan Dusun 2 dan Dusun 3 merupakan dusun pendukung bagi produksi kopi di Desa Purba Dolok.

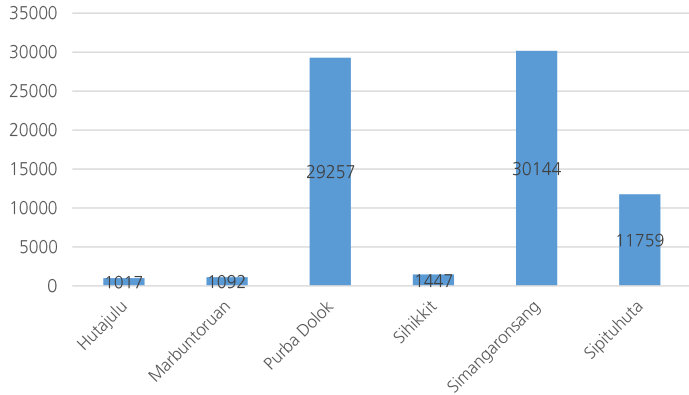


Grafik 28.
Tabulasi Silang Hasil Buah dan Dusun (dalam kg, per tahun)

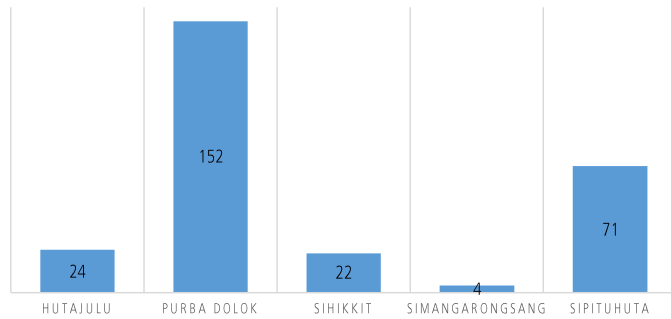
Usaha budidaya dan produksi kopi memang memerlukan pendekatan yang integral dari hulu sampai hilir. Dari awal pembibitan, penanaman, pemeliharaan, panen, pengolahan pasca panen, dan pengepakan. Untuk mendapatkan kopi yang berkualitas baik, maka petani kopi di Desa Purba Dolok memerlukan pendampingan. Dengan pendampingan yang tepat, produk kopi Purba Dolok dapat mengisi pasar kopi di Pulau Sumatera dan bahkan lebih luas lagi.

Berdasarkan Grafik 29. maka dapat dipahami bahwa Desa Purba Dolok merupakan desa kedua yang memiliki jumlah produksi kopi yang banyak setelah Desa Simangaronsang.

Meskipun besaran produksi kopi di Desa Purba Dolok tidak sebesar di Desa Simangronsang, namun dengan memperhatikan Grafik 30. berikut ini, dapat dipahami bahwa jumlah rumah tangga penghasil kopi yang terbanyak adalah Desa Purba Dolok, bahkan bila dibandingkan dengan Desa Simangaronsang yang merupakan produsen kopi terbanyak. Hal tersebut menandakan besarnya potensi produksi yang dapat dikembangkan di Desa Purba Dolok.



Grafik 29.
 Hasil Kebun Kopi



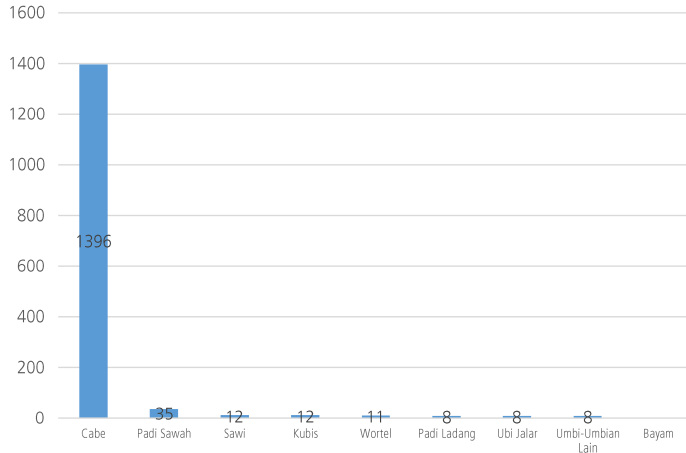
Grafik 30.
 Tabel Jumlah Rumah Tangga
 Penghasil Kopi

Kopi yang diproduksi oleh Kabupaten Humbang Hasundutan, termasuk kopi produksi Desa Purba Dolok, merupakan kopi Lintang dengan kualitas yang amat baik⁵³. Potensi kelembagaan (*institutional thickness*) yang dimiliki oleh Desa Purba Dolok, perlu dimanfaatkan bagi pengembangan kopi Lintang tersebut. Selain potensi Gabungan Kelompok Tani, di Kabupaten Humbang Hasundutan telah ada pula Asosiasi Petani Kopi Lintang Organik (APKLO) dengan diketuai oleh Bapak Gani Silaban. Tentu asosiasi ini menyediakan potensi kerja sama yang luar biasa yang harus dimanfaatkan oleh Desa Purba Dolok.

53 Dikutip dari <https://www.kompasiana.com/harrilumbangaol/54f600f2a333117d028b47b5/popularitas-kopi-lintang-masih-terasa-pahit>

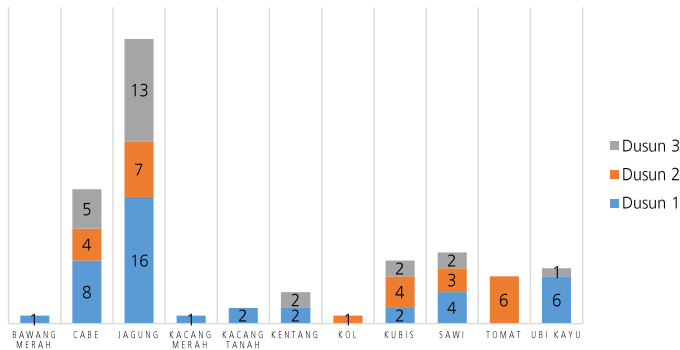
8.2 Potensi Cabe dan Jagung

Potensi Cabe di Desa Purba Dolok dapat diperhatikan di Grafik 31. berikut ini. Hasil panen cabe Desa Purba Dolok selama 1 tahun mencapai 1.396 kg.



Grafik 31.
 Hasil Pangan
 (dalam kg, per tahun)

Untuk dapat mengetahui sebaran hasil pangan cabe ini, maka Grafik 32. di bawah ini menunjukkan hasil pangan cabe per dusun. Dari grafik tersebut dapat kita lihat bahwa Dusun 1 merupakan produsen cabe yang paling besar. Selain cabe, ternyata Dusun 1 juga menjadi produsen jagung tertinggi di Desa Purba Dolok. Bersama-sama dengan Dusun 2 dan Dusun 3 menghasilkan pangan jagung yang cukup besar. Dengan demikian, tidak hanya hasil pangan cabe yang perlu mendapatkan perhatian, namun potensi jagung juga perlu dikembangkan lebih lanjut.

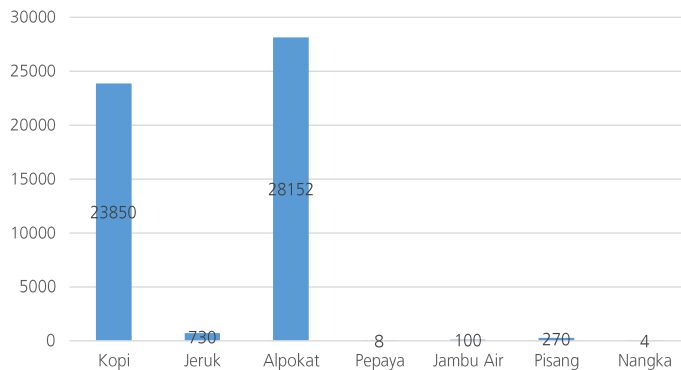


Grafik 32.
 Tabulasi Silang Dusun dan
 Hasil Pangan

Untuk produk cabe, perlu dimulai upaya untuk memberi nilai tambah pada cabe, sehingga petani cabe tidak perlu menjual cabe mentah. Meniru apa yang sudah dilakukan oleh banyak pihak, maka petani di Desa Purba Dolok dapat mengolah cabe tersebut menjadi berbagai macam jenis sambal (kering atau basah) berbagai varian yang dikemas dengan baik, mendapatkan sertifikat BPOM, dan terdaftar sebagai industri rumah tangga.

Untuk melaksanakan kegiatan tersebut tentu para petani membutuhkan pendampingan, baik berbentuk pelatihan produksi, pengemasan, pemasaran, dan pembukuan sederhana maupun dukungan teknologi sederhana pengolah cabe. Hal-hal tersebut dapat dimintakan dukungan kepada pihak kabupaten maupun perusahaan dan perguruan tinggi.

Selain potensi cabe dan jagung, terdapat juga potensi buah yang lain seperti dalam Grafik 33. berikut.

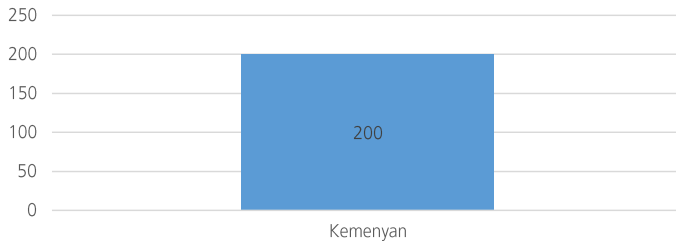


Grafik 33.
Tabel Hasil Buah
(per kg, per tahun)

Data tersebut menunjukkan bahwa selain kopi dan jagung, ada juga hasil buah, yaitu alpokat yang mencapai hasil lebih dari produksi kopi, yaitu di angka 28.125 kg per tahun.

8.3 Potensi Kemenyan

Dalam data Grafik 34. berikut ini, dapat dipahami bahwa potensi hasil hutan di Desa Purba Dolok adalah kemenyan dengan hasil panen 200 kg per tahun (angka ini merupakan 98% hasil hutan) dan terpusat di Dusun 3. Meskipun banyak pihak menganggap bahwa kualitas kemenyan di Kecamatan Dolok Sanggul adalah yang terbaik, namun anggapan ini harus dibuktikan dengan riset dan pengujian potensi kemenyan tersebut. Hasil riset

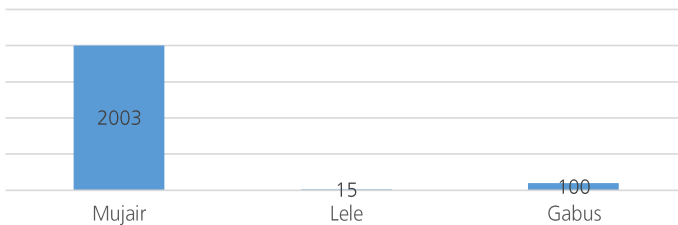


Grafik 34.
Hasil Hutan

dan pengujian diharapkan dapat digunakan untuk pengembangan kemeyan Desa Purba Dolok agar lebih memenuhi kebutuhan pasar akan kemeyan.

8.4 Potensi Hasil Perikanan

Potensi Desa Purba Dolok dalam hal perikanan adalah ikan mujair yang mencapai produksi sampai dengan 2.003 kg per tahun (lihat Grafik 35.). Hasil perikanan mujair ini dapat dikembangkan, sehingga Desa Purba Dolok dapat menjadi pemasok ikan mujair untuk wilayah sekitar Desa Purba Dolok (dalam satu kecamatan misalnya). Untuk ini tentu diperlukan survey pasar untuk mengetahui kebutuhan ikan satu Kecamatan Dolok Sanggul. Dengan pengetahuan kebutuhan pasar, maka peternak ikan dapat membuat rencana perhitungan produksi.

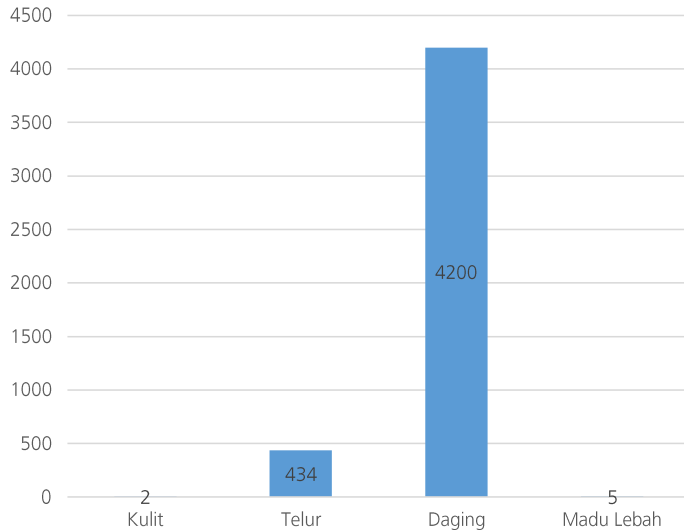


Grafik 35.
Hasil Perikanan

8.5 Potensi Hasil Ternak

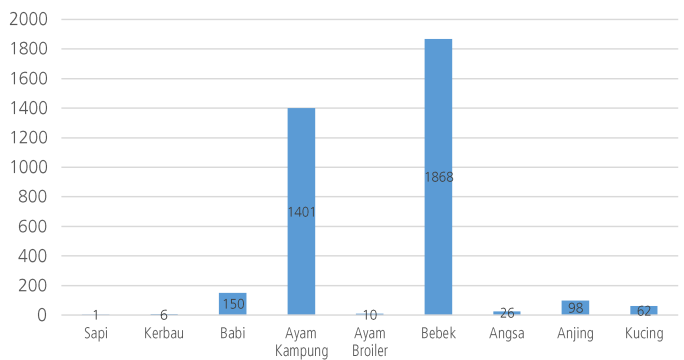
Pada Grafik 36. berikut ini, dapat diinformasikan bahwa hasil ternak Desa Purba Dolok sebagian besar berbentuk daging, yaitu sebanyak 4.200 kg per tahun.

Grafik 36.
Hasil Ternak
(dalam kg, per tahun)



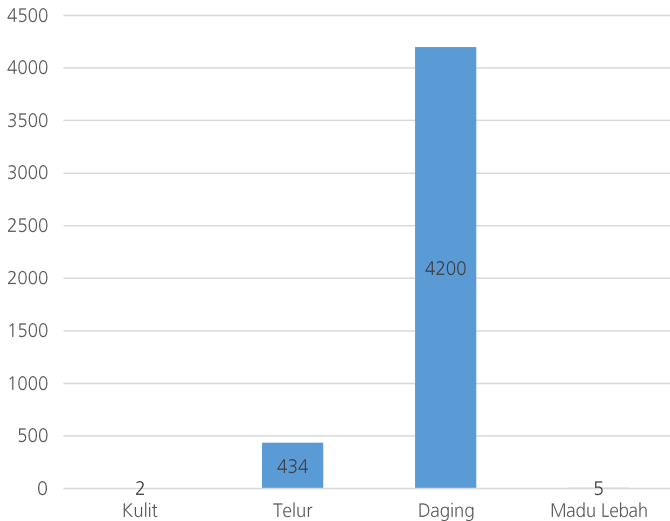
Grafik 37. di bawah ini menunjukkan bahwa jumlah ternak yang terdapat di Desa Purba Dolok tertinggi adalah bebek, diikuti dengan ayam kampung dan babi.

Grafik 37.
Jenis Ternak



8.6 Potensi Tanaman Obat

Desa Purba Dolok memiliki potensi tanaman obat berupa lengkuas. Dengan hasil sebanyak 102 kg per tahun dan berpusat di Dusun 2, maka perlu dilakukan upaya untuk mengembangkan produk ini menjadi produk dengan penambahan nilai.



Grafik 38.
Hasil Tanaman Obat
(dalam kg, per tahun)

Sampai saat ini belum ada kreasi pengolahan lengkuas yang dapat dicontoh. Dengan mempertimbangkan bahwa hanya produk lengkuas merah yang memiliki khasiat pengobatan, maka penulis memberikan saran Dusun 2 memulai penanaman dan produksi lengkuas merah.

B. Penutup



Gambar 1.

Tim Peneliti dari Universitas Katolik Parahyangan bersama mahasiswa dari Universitas Katolik Santo Thomas, Medan dan Mian Manurung dari FES⁵⁴

Tulisan ini dimaksudkan sebagai rekomendasi bagi Desa Purba Dolok untuk melakukan program-program pembangunan desa demi mencapai kesejahteraan masyarakat. Rekomendasi terdiri dari 8 aspek pembangunan yang mendasarkan pada data-data valid yang dikumpulkan melalui survey rumah tangga di seluruh Desa Purba Dolok. Penulis berharap semoga rekomendasi ini dapat dipertimbangkan oleh pemerintah Desa Purba Dolok untuk kemudian dilaksanakan.

Contoh Rencana Bisnis Desa Purba Dolok "Bebek Geprek ala Dolok"

Disusun oleh
Zaneta Ria¹
Gea Charis Ruthfina²
Jenifer Goenawan³

1. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

1.1. GAMBARAN KONDISI PASAR/KEBUTUHAN PASAR

Saat ini pasar menyukai makanan yang kekinian terutama yang berbahan dasar ayam maupun bebek. Seperti kita ketahui ayam geprek sangat populer di seluruh kalangan terutama kaum milenial. Dengan hal tersebut kami ingin menciptakan sedikit inovasi yaitu dengan mengganti bahan baku ayam menjadi bebek. Masyarakat pun lebih menyukai hal-hal yang instant dan praktis. Maka dari itu kami menciptakan sebuah produk yang dibekukan "*frozen food*" agar dapat mempermudah masyarakat untuk membuat bebek geprek sendiri di rumah kapanpun mereka inginkan. Selain lebih praktis, makanan yang dibuat sendiri di rumah juga lebih terjamin kebersihan serta kesehatannya.

Selain ayam geprek masyarakat juga seringkali penasaran dengan berbagai macam sambal yang dibuat dengan inovasi yang baru. Tetapi pada akhirnya masyarakat lebih memilih untuk mengkonsumsi sambal secara berulang dengan varian yang itu-itu saja. Banyak sambal-sambal kekinian yang dikemas dalam toples yang saat ini sedang digemari oleh masyarakat. Namun kami membuat sambal dengan sesuatu yang berbeda yang mungkin tidak pernah didengar oleh masyarakat sebelumnya yaitu sambal kopi. Jika cita rasa sambal ini cocok dengan lidah konsumen biasanya mereka akan membeli untuk jangka waktu yang panjang.

1,2,3 Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan

1.2. PRODUK/JASA YANG DIHASILKAN

Produk yang dihasilkan :

Bebek geprek dan presto dengan sambal kopi (sambal ala Dolok) dalam bentuk "frozen food".

Jasa yang dihasilkan :

- Produktivitas para petani dan peternak meningkat.
- Meningkatkan kualitas sumber daya manusia (terutama wanita) yang berada di Desa Purba Dolok dalam hal mengolah hasil tani dan ternak.
- Mengurangi angka pengangguran di Desa Purba Dolok sehingga taraf hidup bisa lebih meningkat.
- Meningkatkan ekonomi secara keseluruhan di Desa Purba Dolok.

1.2.1. KEUNGGULAN YANG DIMILIKI

1. Originalitas (belum pernah dibuat orang lain)

Menurut hasil observasi kami produk yang akan kami buat belum pernah ada sebelumnya.

2. Relevansi (sesuai dengan kebutuhan masyarakat)

Target pasar terhadap produk yang kami buat nantinya yaitu masyarakat perkotaan. Sehingga produk tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Desa Purba Dolok namun sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern (perkotaan).

3. Marketable (dapat dikembangkan secara komersial)

Produk yang kami kembangkan ten dapat dikembangkan secara komersial.

4. User Friendly (praktis dan mudah digunakan)

Produk yang kami ciptakan dalam bentuk "frozen food" tentu sangat praktis dan dapat mempermudah kehidupan masyarakat yang memiliki jadwal aktivitas yang padat.

5. Efisien (biaya produksi rendah)

Biaya produksi dapat dikatakan cukup rendah karena kami masih banyak menggunakan peralatan tradisional yang dilakukan oleh manusia, kecuali alat vacuum untuk proses packaging.

6. Kompetitif (menawarkan sesuatu yang lebih dari produk yang sudah ada)

Produk yang kami tawarkan cukup kompetitif karena kita mempunyai nilai tambah yang menjadi ciri khas dari produk kami yaitu "sambal ala Dolok" yakni sambal yang terbuat dengan campuran biji kopi, sehingga kami rasa

hal tersebut dapat membuat masyarakat menjadi penasaran dan tertarik untuk membeli.

7. Up to Date (sesuai dengan tren di masyarakat)

Bebek geprek merupakan inovasi dari ayam geprek yang saat ini sedang tren di masyarakat dan juga kami membuat sambal kopi yang merupakan inovasi dari sambal kekinian yang sangat digemari oleh masyarakat sebagai pelengkap hidangan.

8. Available (menggunakan sumber daya yang ada di sekeliling kita)

Sumber daya yang dibutuhkan sangat mudah didapatkan di sekeliling kita terutama di Desa Purba Dolok yang memiliki potensi cukup besar terhadap produk yang akan kami buat.

9. Sustainable (mempunyai fungsi jangka panjang)

Daging bebek yang dibekukan menggunakan teknik vacuum dapat bertahan 6 hingga 12 bulan. Namun daging bebek presto jika sudah dibuka kemasannya harus segera dimasak dan dihabiskan (tidak bisa disimpan kembali). Sedangkan untuk produk sambal, cukup mempunyai fungsi jangka panjang.

10. Ramah lingkungan (menggunakan bahan-bahan yang mampu didaur ulang)

Kami menggunakan bahan-bahan yang murni dari alam. Namun untuk kemasan terhadap produk kami masih menggunakan plastic yang cukup membutuhkan waktu lama untuk didaur ulang.

1.2.2. TARGET PASAR

Kami memiliki target pasar yaitu masyarakat di perkotaan besar di Indonesia terutama kaum *millennial* yang memiliki jadwal aktivitas yang padat. *Frozen food* merupakan solusi yang baik untuk menyajikan makanan di rumah sendiri dengan waktu yang singkat namun tetap nikmat dan bergizi. Namun seiring berjalannya waktu kita akan memperluas target pasar kita ke seluruh pelosok Indonesia hingga internasional.

1.3 TARGET PENJUALAN

1.3.1. STRATEGI PEMASARAN

Seiring berkembangnya zaman, strategi pemasaran pun semakin beragam sehingga kita tinggal memilih ingin melakukan pemasaran yang seperti apa. Kami melihat peran media sosial dalam berbagai bidang sangatlah besar. Maka

dari itu yang pertama kita akan mempromosikan produk kita melalui media sosial terutama Instagram dengan cara melakukan *endorsement* kepada artis-artis maupun *influencer*. Kedua kami akan membuat blog yang berisikan tentang perusahaan serta produk yang kami jual. Ketiga kami juga tetap akan mencetak brosur yang dapat dikatakan merupakan cara yang cukup tradisional. Kami tetap mencetak brosur agar masyarakat yang tidak menggunakan Instagram maupun yang tidak suka membaca blog pun dapat mengetahui dan tertarik untuk membeli produk kami. Untuk memperkenalkan produk kami, kami pun membuat promo-promo menarik di awal penjualan produk dengan cara menawarkan diskon.

■ PENGEMBANGAN WILAYAH PEMASARAN

Untuk target pasar awal kami memiliki rencana untuk mendistribusikannya ke kota-kota besar yang berada di Indonesia. Lalu seiring berkembangnya waktu kami mencoba untuk mendistribusikan ke seluruh pelosok Indonesia. Jika perkembangan produk tersebut di Indonesia cukup bagus maka kami akan mencoba untuk mendistribusikan lebih luas lagi yaitu secara internasional dengan melakukan kegiatan ekspor-impor.

■ KEGIATAN PROMOSI

- Membuat poster dan melakukan promosi melalui *influencer*, *blog*, maupun brosur.
- Membuat potongan harga sebesar 50% untuk 100 pembeli pertama.
- Memberikan diskon kepada "*reseller*" dan juga konsumen yang membeli dalam jumlah tertentu.

■ STRATEGI PENETAPAN HARGA

Kami akan menggunakan strategi dengan melihat persaingan harga di pasaran dan harga yang kami tetapkan lebih rendah dari harga pasaran jika memungkinkan. Namun jika tidak memungkinkan maka kita akan menaikkan harga secara bertahap. Kami berusaha semaksimal mungkin agar harga yang kami tentukan dapat sesuai dengan kualitas yang kami berikan. Sehingga masyarakat merasa worth it ketika mereka membeli produk kami.

1.3.2. ESTIMASI PENCAPAIAN

Food Cost :

- Bebek Geprek Presto
- Bebek (700 gr) = 18.000
- *Vacuum pack plastic* = 9.000

HARGA JUAL KASAR

$$18.000 + 9.000 = 27.000$$
$$27.000 \times 100 = 2.700.000$$
$$2.700.000 : 40 = 67.500/\text{bungkus}$$

KEUNTUNGAN BEBEK

$$67.500 \times 10 \% = 6.750$$

Sambal Kopi

- Cabai (7 buah) = 5.000
- Biji kopi (50 gr) = 3.000
- Garam (1 sdt) = 50
- Gula (1 sdt) = 50
- Bawang merah (8 siung) = 2.000
- Bawang putih (3 siung) = 1.500

HARGA JUAL KASAR

$$5.000 + 3.000 + 50 + 50 + 2.000 + 1.500 = 11.600$$
$$11.600 \times 100 = 1.160.000$$
$$1.160.000 : 40 = 29.000/\text{bungkus}$$

KEUNTUNGAN SAMBAL KOPI

$$29.000 \times 100 \% = 2.900 / \text{bungkus}$$

1.4. ANALISIS SWOT PRODUK dan PRODUK PESAING

KEUNGGULAN	KELEMAHAN
<ul style="list-style-type: none"> Memiliki varian sambal yang tidak umum serta unik. 	<ul style="list-style-type: none"> Pemasok berlokasi jauh dari ibu kota sebagai pusat ekonomi sehingga sedikit sulit untuk dipasarkan
PELUANG	ANCAMAN
<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan taraf ekonomi di Desa Purba Dolok Meningkatkan lapangan pekerjaan 	<ul style="list-style-type: none"> Banyak restoran yang membuka usaha resto bebek serta ayam yang sudah menguasai pasar.

■ ANALISIS PRODUK PESAING

Restoran yang menjual ayam dan bebek sudah sangat banyak di Indonesia dan mereka pada umumnya sudah memiliki nama yang besar sehingga lebih dikenal oleh masyarakat. Mereka pun menjual dengan harga yang terjangkau serta sudah pasti memiliki cita rasa yang sesuai dengan selera masyarakat. Namun banyak dari mereka tidak memiliki perbedaan yang cukup besar. Pada umumnya restoran-restoran tersebut menjual ayam atau bebek dengan cara digoreng maupun dipanggang lalu diberi sambal cabe merah biasa yang sudah umum.

1.5. SALURAN DISTRIBUSI

WILAYAH PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI YANG DIRENCANAKAN

- Wilayah Pemasaran

<input type="checkbox"/> Lokal	10%
<input type="checkbox"/> Regional	25%
<input type="checkbox"/> Nasional	60%
<input type="checkbox"/> Ekspor	5%

- Jalur Distribusi

<input type="checkbox"/> Individu	<input type="checkbox"/> Distributor
<input type="checkbox"/> Industri	<input type="checkbox"/> Retailer
<input type="checkbox"/> Perusahaan paket (JNE)	<input type="checkbox"/> Eksportir

2. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

■ STRATEGI PRODUKSI

Penjelasan :

1. Peternak memilih bebek yang sehat yang layak untuk dikonsumsi.
2. Kemudian bebek dipotong dan juga dibersihkan agar terbebas dari kuman.
3. Setelah dibersihkan pilih daging yang segar sehingga baik untuk dikonsumsi karena masih ada kandungan gizi yang tinggi.
4. Pisahkan bagian tubuh bebek seperti dada, paha, jeroan, dan kulit.
5. Kemudian masukkan ke *freezer* bersuhu 18 C selama 24 jam.
6. Daging bebek yang sudah dibekukan siap untuk melakukan proses *packaging* dengan metode *vacuum*.
7. Setelah proses *packaging* selesai maka daging bebek presto sudah siap didistribusikan kepada konsumen maupun pasar.



1. Pertanian
cabai & kopi



2. Sangrai Biji Kopi



3. Tumbuk cabai & biji kopi



4. Panaskan 2sdm
minyak dalam wajan



5. Tumis sambal
hingga harum



6. Sambal dipacking.



7. Distributor

Penjelasan :

1. Petani cabai memilih cabai yang segar yang bagus untuk dijadikan sambal, begitu juga dengan petani kopi memilih biji kopi yang berkualitas agar setelah diolah bisa menghasilkan sambal berkualitas premium.
2. Kemudian sangrai biji kopi hingga harum.
3. Tumbuk biji kopi yang sudah disangrai serta cabai yang sudah dicuci.
4. Kemudian panaskan 2 sendok makan minyak goreng dalam wajan, tunggu hingga panas.
5. Tumis cabai serta biji kopi yang sudah ditumbuk hingga harum sambal dan

tambahkan berbagai macam bumbu-bumbu seperti bawang merah, bawang putih, garam.

6. Dinginkan terlebih dahulu sambal yang sudah matang sebelum melakukan proses packaging.
7. Lalu sambal siap didistribusikan untuk dijual secara terpisah maupun dijual menyatu dengan bebek geprek menjadi satu paket.

■ STRATEGI KEUANGAN

Kami sebagai investor membeli cabai, kopi, dan bebek dari para petani dan peternak di Desa Purba Dolok. Kemudian cabai dan kopi yang sudah diproduksi menjadi Sambal Kopi dan Bebek Geprek presto akan dijual, dan penghasilan dari penjualan sebagian akan dialokasikan sebagai gaji karyawan baik bagian produksi, administrasi, keuangan dan penjualan. Kemudian keuntungan dari penjualan akan dialokasikan sebagai modal. Jika ada biaya pengiriman, biaya tersebut akan ditanggung oleh pembeli sendiri.

Sistem pembayaran :

- Untuk pembeli yang akan membeli secara *online*, pembeli dapat mentransfer 60% dari total bayar sebagai uang muka dan sisanya dibayar pada saat produk sudah sampai kepada pembeli.
- Untuk yang membeli secara langsung di toko distributor, dapat langsung membayar secara tunai atau debit.

3. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

3.1. DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN SEKITAR

Dampak negatif :

- Populasi ternak ayam dan bebek berkurang.
- Banyak masyarakat yang semakin malas bersekolah karena mengetahui mudahnya mendapatkan lapangan pekerjaan.

Dampak positif :

- Masyarakat sekitar mendapatkan ilmu untuk mengolah sumber daya yang berada di Desa Purba Dolok.
- Meningkatkan status ekonomi di Desa Purba Dolok.
- Meningkatkan taraf hidup masyarakat.

- Mengurangi angka pengangguran di Desa Purba Dolok dan meningkatkan sumber daya perempuan, melihat banyaknya perempuan disana yang menjadi kepala keluarga

3.2. ANALISIS RESIKO USAHA

Usaha yang akan kami buat belum tentu mendapat persetujuan dari warga sekitar. Dibutuhkan juga para investor yang berani untuk memberikan pinjaman modal yang cukup besar untuk memulai membuka bisnis ini. Persaingan yang begitu ketat di dunia bisnis zaman sekarang ini, terutama di bidang kuliner bisa saja membuat bisnis ini tidak berjalan sesuai dengan ekspetasi sehingga bisa menimbulkan kebangkrutan jika bisnis tidak berjalan dengan lancar.

3.3. ANTISIPASI RESIKO USAHA

Untuk mengantisipasi resiko usaha tersebut kita harus meyakinkan investor agar kita mendapatkan modal yang cukup untuk memulai usaha ini. Kita juga harus dapat meyakinkan serta membuktikan bahwa usaha yang akan kami buat ini akan menguntungkan kedua belah pihak yaitu warga Desa Purba Dolok maupun pihak kita. Untuk selanjutnya harus dilakukan inovasi terus-menerus, bisa dari daging bebeknya maupun dari sambalnya. Ketika melakukan inovasi tersebut kami akan tetap menggali sumber daya yang lain yang berada di Desa Purba Dolok, seperti mengganti daging bebek dengan daging ayam kampung yang juga memiliki potensi yang cukup besar. Juga mencoba membuat varian sambal dengan melakukan inovasi dari sambal kopi, lalu kami mencoba membuat samal alpukat misalnya.

LAMPIRAN. FOTO INOVASI PRODUK/JASA

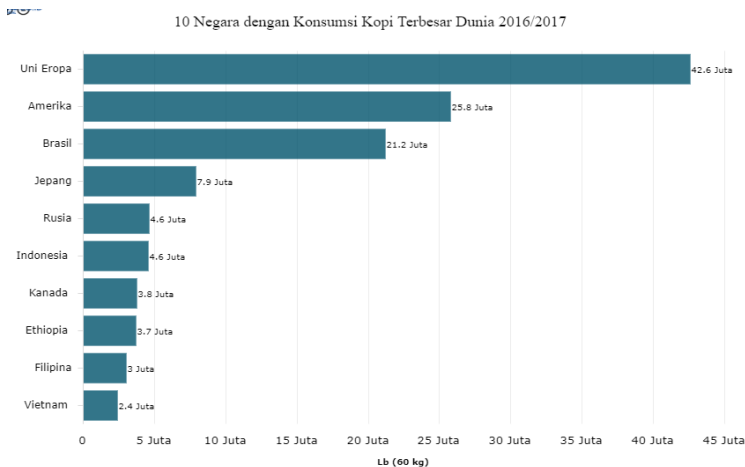


Contoh Rencana Bisnis Desa Purba Dolok “Selai Kopi Lintong”

Disusun oleh
Fauziah Maya Mutiara¹
Darren Syamputra²
Grace Frederica³
Nadia Valerie Kadarusman⁴
Zola Apriando⁵

1. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

1.1. GAMBARAN KONDISI PASAR/KEBUTUHAN PASAR



Indonesia merupakan salah satu negara dengan konsumsi kopi terbesar di dunia. Data International Coffee Organization (ICO) mencatat konsumsi kopi Indonesia periode 2016/2017 mencapai 4,6 juta kemasan 60 kg/lb (60 kg). Hal tersebut menunjukkan bahwa kopi sudah menjadi bagian dari hidup masyarakat Indonesia yang merupakan target pasar utama kami.

1.2. PRODUK/JASA YANG DIHASILKAN

Melihat peluang besarnya konsumsi kopi Indonesia begitu besar. HOPI JAM masuk sebagai cara *extraordinary* dalam menikmati kopi kami tawarkan dalam bentuk selai. Sebab berkaca pula pada kesibukan masyarakat Indonesia khususnya kaum metropolitan yang memiliki jam kerja tinggi (sibuk) sehingga tidak ada waktu sarapan untuk seduh kopi dan makan roti selai. Dengan produk kami yakni HOPI JAM, meminum kopi dan sarapan roti selai kami padukan menjadi satu kenikmatan yang praktis dan lebih efisien waktu, membuat kami yakin produk kami akan laku di pasaran.

1.2.1. TARGET PASAR

- *Café* yang ada di Kota Bandung: *café-café* yang ada di Kota Bandung diharapkan tidak hanya memperkenalkan kopi yang diolah menjadi minuman tetapi juga selai Hopi ini.
- *Marketplace*: Karena target penjualan selai kami juga mengincar *marketplace*, maka kami memasarkan produk kami di media sosial agar orang-orang dapat mengenal produk kami lebih detail. Diharapkan produk yang kami pasarkan di media sosial dapat menggapai pasar luar negeri.
- Anak Muda: Khususnya bagi mahasiswa/mahasiswa yang ada di Kota Bandung.
- Tempat oleh-oleh dan kuliner.

1.3 TARGET PENJUALAN

1.3.1. STRATEGI PEMASARAN

Dalam melakukan pemasaran selai kopi yang akan kami buat untuk membantu masyarakat Desa Purba Dolok, kami akan melakukan tiga cara strategi pemasaran yang akan kami lakukan dan kami kira ini cukup efektif. Pertama kami akan menggunakan sosial media untuk memasarkan selai kami. Terdapat dua media yang akan kami gunakan guna membantu memasarkan, pertama kami akan menggunakan media sosial. Alasan kami ingin menggunakan media sosial karena banyak sekali anak-anak muda, orangtua, hingga perusahaan-perusahaan besar menggunakan Instagram untuk memasarkan barang atau jasa yang akan dijual kepada masyarakat banyak. Selain itu jumlah masyarakat Indonesia yang banyak dalam menggunakan media sosial juga menjadi alasannya. Dengan jumlah yang banyak tersebut tentunya kami sebagai pelaku bisnis memiliki peluang untuk mendapatkan konsumen.

Kedua kami akan menggunakan *marketplace*, alasan kami ingin menggunakan *marketplace* karena masyarakat Indonesia saat ini sudah mengenal atau memanfaatkan *marketplace* sebagai tempat berbelanja barang sekunder atau pun primer mereka. Harapan kami dengan *marketplace* produk yang akan kami jual ini akan lebih mudah dicari dan dibeli oleh para konsumen.

Selain sosial media dan *marketplace*, kami juga akan memasarkan produk kami melalui berbagai *event* makanan yang ada di kota Bandung. Dengan memanfaatkan *event* di kota Bandung, kami juga secara langsung memperkenalkan selai kopi yang dihasilkan oleh Desa Purba Dolok tersebut.

■ PENGEMBANGAN WILAYAH PEMASARAN

Kopi Desa Purba Dolok ini memiliki kualitas yang amat baik, namun hal yang sangat disayangkan adalah cakupan pasar yang desa ini miliki hanya sebatas daerah Desa Purba Dolok sendiri, bahkan untuk mencapai daerah Sumatera Utara pun kopi desa ini masih belum sanggup. Selain itu kopi saja saat ini sudah menjadi barang yang biasa di kalangan masyarakat. Alasan kenapa mereka belum bisa mencapai luar daerah desa mereka sendiri karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh masyarakat desa ini karena terbatasnya pengetahuan mereka yang rata-rata hanya tamat SMA atau sederajat saja. Kami selaku pihak ketiga dalam kasus ini tentunya ingin membantu mereka dalam hal promosi kopi yang mereka miliki.

Kami memiliki cita-cita untuk bisa memasarkan selai kopi ini sampai ke luar negeri, namun semua itu membutuhkan proses. Fokus kami untuk dalam waktu dekat ini ingin mencoba memasarkan selai kopi Purba Dolok ini bisa dirasakan atau diketahui oleh orang-orang daerah Bandung terlebih dahulu. Alasan daerah Bandung yang kami sasar terlebih dahulu adalah karena kami berdomisili di daerah Bandung dan kami banyak menghabiskan waktu kami di Bandung. Selain itu kami juga menyadari bahwa bisnis *cafe* dan *pastry* di kota Bandung cukup banyak diminati oleh warga Bandung dan sekitarnya. Potensi banyaknya *cafe* dan *pastry* di Bandung inilah yang kami anggap sebagai sasaran yang tepat dalam waktu dekat ini. Kami juga akan membuat proposal guna menyakinkan para calon konsumen kami bahwa selai kopi Purba Dolok ini memiliki kualitas yang baik dan memiliki rasa yang unik.

Jika kami sudah bisa memperkenalkan selai kopi Purba Dolok ini di sekitar Bandung, maka kami akan mencoba memasarkannya ke luar daerah Bandung, seperti Jakarta, Surabaya, dan Bali. Mengapa 3 kota tersebut untuk cakupan kami selanjutnya? Karena perlu diketahui bahwa potensi *cafe* dan *pastry* di kota-kota tersebut cukup banyak, selain itu ketiga kota tersebut juga menjadi destinasi wisata bagi turis dalam atau pun luar negeri. Setelah berhasil dipasarkan ke 4 tempat tersebut, maka kami mulai untuk memperkenalkannya keluar negeri.

Jadi dalam perluasan pasar yang akan kami lakukan membutuhkan tahap pertahap, tahap pertahap ini kami lakukan guna menciptakan *brand image* produk yang akan kami pasarkan ke daerah-daerah dalam negeri atau pun luar negeri.

■ KEGIATAN PROMOSI

Kami akan mempromosikan produk kami melalui sosial media Instagram, alasan utama kami menggunakan sosial media ini karena kami merasa bahwa kebanyakan orang di jaman ini hampir memiliki Instagram guna mempromosikan barang, mencari barang, dan lainnya. Selain itu trend Instagram juga menjadi salah satu trend yang bisa dikatakan populer untuk saat ini.

Selain menggunakan sosial media, kami juga akan mendatangi *cafe* dan *pastry* yang menurut kami cukup potensial untuk kami beri pitching produk. Selain kami Pitching kami juga akan memberikan sampel selai kopi kami kepada para *cafe* dan *pastry* yang akan kami jadikan sebagai calon konsumen kami. Dengan memberikan sampel, mereka sebagai konsumen bisa merasakan selai kopi yang kami miliki.

Selain itu, kami juga akan mempromosikan produk kami melalui *platform* lain, yaitu *marketplace*. *Marketplace* di zaman sekarang ini cukup menjadikan salah satu opsi guna memperluas pasa kami hingga ke luar Bandung, dengan bantuan *marketplace* ini kami berharap produk yang kami jual ini bisa benar-benar mencapai luar daerah Bandung. *Marketplace* yang akan kami gunakan adalah Tokopedia dan juga Shopee. Kami memilih dua *marketplace* tersebut karena Tokopedia dan Shopee memiliki promosi dan iklan yang besar, karena

itu peluang kami mendapatkan konsumen akan lebih banyak dibanding dengan *marketplace* yang kurang dikenal oleh masyarakat Indonesia.

■ STRATEGI PENETAPAN HARGA

Biaya kirim kopi + Biaya Kopi per kg + Biaya lainnya (produksi selai)+ profit = harga jual selai kopi

Kami akan melakukan strategi penetapan berdasarkan biaya, strategi ini menurut kami adalah strategi yang umum dilakukan oleh para pedagang atau pebisnis saat ini. Selain itu strategi penetapan berdasarkan biaya adalah cara yang paling mudah untuk diterapkan saat kita memulai bisnis.

2.3.2. ESTIMASI PENCAPAIAN

Biaya kirim kopi : Rp40.000/kg

Biaya Kopi : 60.000/kg

Biaya bahan selai

- Gula : Rp 13.000/kg
- Kakao : Rp 10.000/100 gram
- Margarin : Rp 10.000 (250 gram)
- Garam : Rp 3.000

Berat per toples 220 gram

Biaya selai per 220 gram

Kopi 160 gram: Rp 9.600

Biaya kirim kopi:Rp 6.400

Gula 6 gram: Rp 60

Kakao 10 gram: Rp 100

Margarin 20 gram: Rp 800

Air 24 ml: Rp 100

Total Hpp Selai 220 gram : Rp 17.060

Keuntungan yang akan dicapai

Dari HPP sebesar Rp17.060 kami akan mengambil untung sebesar 140% dari HPP sehingga kami akan mendapatkan harga jual sebesar Rp 40.944 dan kami akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 23.884/220 gram selai kopi.

1.4. ANALISIS SWOT PRODUK dan PRODUK PESAING

KEUNGGULAN	KELEMAHAN
1. Kami memiliki kopi dengan kualitas terbaik	1. Pemasaran produk masih minim
PELUANG	ANCAMAN
1. Produk yang kami jual masih sangat jarang.	1. Adanya jenis kopi yang memiliki kualitas hampir mirip dengan Lintang yang bisa diolah menjadi selai 2. Adanya selai berry yang lebih dikenal oleh masyarakat

■ ANALISIS PRODUK PESAING

Produk yang kami buat ini masih dalam tahapan *blue ocean*, menurut kami produk yang kami buat ini masih belum dikembangkan oleh orang-orang yang ada di Indonesia. Kebanyakan kopi dijadikan minuman, masker, sabun serta *scrub*, namun untuk dijadikan selai kopi masih terbilang sedikit dan jarang. Menurut kami produk pesaing yang kami hadapi adalah selai-selai buah *berry* yang bisa dikatakan sudah menjamur dimana-mana. Produk selai buah *berry* sudah lebih dikenal oleh masyarakat luas dan sudah digunakan sehari-hari oleh masyarakat Indonesia. Sedangkan produk kami selai kopi masih lah jarang. Oleh sebab selai *berry* lebih unggul dari pada selai kopi untuk saat ini, kami selaku pelaku bisnis selai kopi ingin meningkatkan popularitas selai kopi.

1.5. SALURAN DISTRIBUSI

WILAYAH PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI YANG DIRENCANAKAN

1. Wilayah Pemasaran
 - Lokal 10%
 - Regional 10%
 - Nasional 70%
 - Ekspor 10%

2. Jalur Distribusi
 - Individu

■ STRATEGI PRODUKSI

Selai atau selei dalam Bahasa Inggris: *jam*, adalah salah satu jenis makanan awetan yang biasanya terbuat dari sari buah atau buah-buahan yang sudah dihancurkan, ditambah gula dan dimasak hingga kental atau berbentuk setengah padat. Di Indonesia, sebagian besar selai dibuat dari buah-buahan tropis seperti: nanas, srikaya, jambu biji, pala, dan ceremai tetapi ada pula selai yang terbuat dari bahan kacang tanah dan coklat. Selai tidak dimakan begitu saja, melainkan untuk dioleskan di atas roti tawar atau sebagai isi roti manis. Selai juga sering digunakan sebagai isi pada kue-kue seperti kue nastar atau pemanis pada minuman, seperti yogurt dan es krim. Mengetahui fakta tersebut maka kami memutuskan untuk membuat sebuah bisnis dengan menjual produk selai kopi. Selain unik dan menarik, penggunaan kopi sebagai selai juga sangat jarang diketahui oleh masyarakat Indonesia, umumnya masyarakat Indonesia mengetahui kopi hanya dapat dijadikan sebagai minuman yang dapat membuat peminumnya merasa tidak mengantuk, sedangkan produk lain dengan bahan dasar kopi yang diketahui oleh masyarakat Indonesia adalah permen kopi atau alat kecantikan sehingga dengan di produksinya selai kopi ini kami berharap dapat menarik minat konsumen.

Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah nilai dari sebuah barang atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Perumusan strategi produksi yang baik akan membuat sebuah organisasi mencapai kinerja yang lebih tinggi dibandingkan dengan organisasi yang tidak merumuskan strategi produksi. Strategi produksi juga dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk berkompetisi di pasar global. Strategi produksi yang akan kami terapkan untuk bisnis kami adalah sebagai berikut ;

1. Analisis Situasi, sebelum memulai prodses produksi kami akan terlebih dahulu memperhatikan situasi dari lingkungan internal maupun eksternal dengan melihat peluang yang ada dan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, seberapa besar permintaan produk dan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam melayani permintaan.
2. Penentuan tujuan produk, dengan penentuan tujuan produk kami akan membandingkan apakah perusahaan lebih memenuhi kepentingan internal atau eksternal.

3. Penentuan sasaran pasar, sasaran pasar ditujukan agar sebuah bisnis memiliki gambaran mengenai keadaan pasar dan target yang akan di tuju
4. Penentuan anggaran
5. Penentuan strategi produk, dengan memperhatikan keunggulan dan kelemahan yang ada sehingga dapat dipilih strategi mana yang paling baik
6. Evaluasi.

2. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

Dalam prakteknya, Pada saat awal proses produksi kami mungkin hanya akan memproduksi selai kopi sebanyak 40 buah, selanjutnya kami akan memperhatikan perkembangan dari media sosial, *marketplace*, *cafe* dan *pastry* di Kota Bandung yang telah kami ajukan proposal penawaran produk kami. Dengan memperhatikan semua aspek tersebut kami melihat apakah ada penawaran dari konsumen atau tidak dan apakah konsumen tertarik kepada produk kami atau tidak. Jika terjadi penawaran pertama maka kami akan berusaha untuk menghabiskan terlebih dahulu stock selai yang kami punya, namun jika penawaran terus berlanjut maka kami akan memproduksi lebih banyak lagi sesuai dengan pesanan.

■ STRATEGI KEUANGAN

Keberhasilan bisnis dapat terlihat dari kemampuan untuk mengelola keuangan dan memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal sesuai dengan yang diharapkan. Perencanaan dalam strategi keuangan dapat menjadi kunci utama dalam mengelola arus kas yang ada di dalam sebuah bisnis, berikut strategi keuangan yang akan bisnis kami lakukan

1. Menentukan tujuan bisnis
Dengan menentukan tujuan awal dari bisnis yang akan dijalankan maka kami dapat mengontrol dan menganalisa apa saja yang dibutuhkan oleh bisnis kami demi mencapai tujuan tersebut.
2. Menentukan kegiatan, dengan merumuskan kegiatan bisnis yang akan kami lakukan maka kami akan mengontrol kegiatan apa yang perlu untuk dilakukan dan tidak perlu dilakukan berhubungan dengan pengeluaran dana yang ada. Dengan ditentukannya kegiatan bisnis ini diharapkan bahwa kegiatan

yang dilakukan adalah kegiatan yang tepat sesuai dengan sasaran sehingga setiap pengeluaran keuangan akan jelas dan terarah.

3. Mencari sumber pemasukan, dalam proses pencarian sumber pemasukan kami mengharapkan selain pemasukan yang di dapat dari hasil penjualan, pemasukan lain juga di dapat dari investor maupun klien bisnis. Dengan adanya sumber pemasukan yang sudah jelas maka akan dijadikan sebagai tolak ukur untuk pengeluaran dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh bisnis kami.
4. Menentukan pengeluaran, dengan sudah ditentukannya kegiatan yang akan dilakukan dan jumlah pemasukan yang di dapat oleh bisnis kami maka kami akan menentukan beraqpakkan pengeluaran yang akan dikeluarkan agar tidak terjadi pemborosan keuangan.
5. Evaluasi, kegiatan evaluasi dilakukan untuk melihat manakah kegiatan yang memang berjalan secara efektif dan tidak untuk diperbaiki kedepannya.

Template Laporan Laba Rugi

HOPi JAM

LABA RUGI

2019

Pendapatan

Penjualan

Diskon (mengurangi penjualan (-))

Retur (mengurangi penjualan (-))

Total Pendapatan

Harga Pokok Penjualan

HPP (Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dll)

Diskon Pembelian (+)

Total HPP

Lab Kotor (Pendapatan – Total HPP)

Biaya Operasional
Biaya Pemasaran
Fasilitas penunjang lainnya

Biaya lain – lain

Total Biaya (Biaya Operasional + Biaya lain – lain)

Laba Bersih (Laba Kotor – Total Biaya)

3. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

3.1. DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN SEKITAR

Dampak Positif :

- Meningkatkan pendapatan dari Desa Purba Dolok
- Meratakan pendapatan Desa Purba Dolok, sehingga tingkat kemiskinan dapat menurun
- Mengupayakan agar kualitas kopi yang baik dimiliki oleh Desa Purba Dolok dapat dikenal dan disukai oleh masyarakat sampai tersebar ke seluruh Indonesia
- Membuat produk yang inovatif sehingga diminati oleh konsumen
- Memperluas lapangan kerja bagi masyarakat sekitar

Dampak Negatif :

- Tidak ada

3.2. ANALISIS RESIKO USAHA

Desa purba dolok adalah desa penghasil kopi terbanyak kedua dari desa yang lainnya, oleh karena itu perlu dikembangkan kualitas serta kuantitas kopi yang ada, hal itu dilakukan dengan cara membuat produk inovatif dengan berbahan dasar kopi yang diolah menjadi selai kopi.

- Risiko Produksi :
Dikarenakan produk yang diproduksi adalah produk yang baru dibuat, maka perlu disosialisasikan terlebih dahulu kepada masyarakat. Risiko yang mungkin terjadi dalam aspek produksi adalah terjadinya jetlag masyarakat

dikarenakan baru pertama kali memproduksi kopi menjadi selai kopi. Risiko lainnya adalah pengiriman barang, penyimpanan barang, dan pelunasan pembayaran. Risiko yang mungkin timbul pada transaksi jualan bisa disebabkan oleh pembeli yang mengalami gagal bayar (*payment defoliti*). Demikian juga dengan penyimpanan barang. Batang-barang dagangan yang disimpan dalam sebuah tempat penyimpanan juga tidak luput dari dampak risiko. Risiko-risiko kebakaran, ledakan, kebanjiran, dicuri orang, dan kerusakan lainnya setiap saat bisa terjadi pada barang yang disimpan.

- Risiko Pemasaran :
Produk yang diproduksi adalah produk yang baru yaitu produk selai kopi, maka perlu tenaga ekstra dalam memasarkan produk tersebut, risiko yang mungkin terjadi adalah risiko apabila pemasaran yang dilakukan tidak mencapai target atau sasaran pasar, hal tersebut mempengaruhi penjualan serta pendapatan yang diterima oleh produsen.
- Risiko SDM :
Risiko sakit, risiko kecelakaan, risiko meninggal dunia, ketidaksetiaan pada perusahaan (*dishonesty*). Disamping itu dalam era persaingan usaha yang keras seperti yang terjadi pada dewasa ini, pembajakan (*headhunter*) terhadap tenaga kerja yang dianggap memiliki kualifikasi tinggi, juga sering terjadi.
- Risiko Keuangan :
Dalam menjalankan sebuah usaha diperlukan modal dana untuk menjalankannya, dan cara untuuk mendapatkan modal adalah dengan cara meminjam dana, resiko yang bisa terjadi adalah resiko gagal dalam membayar pinjaman tersebut.

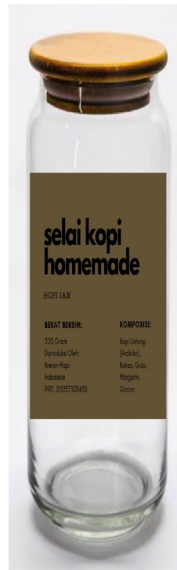
3.3. ANTISIPASI RESIKO USAHA

- Antisipas Risiko Produksi :
 - *Jetlag* produksi yang dialami masyarakat : melakukan sosialisasi dalam melakukan produksi selai kopi, sehingga karyawan diberikan pelatihan secara rutin.
 - Pengiriman barang, penyimpanan barang, pelunasan pembayaran : membuat alur proses yang terperinci sehingga tidak ada *miss* dalam

proses pembuatan sampai dengan selai kopi tersebut sampai ke tangan konsumen.

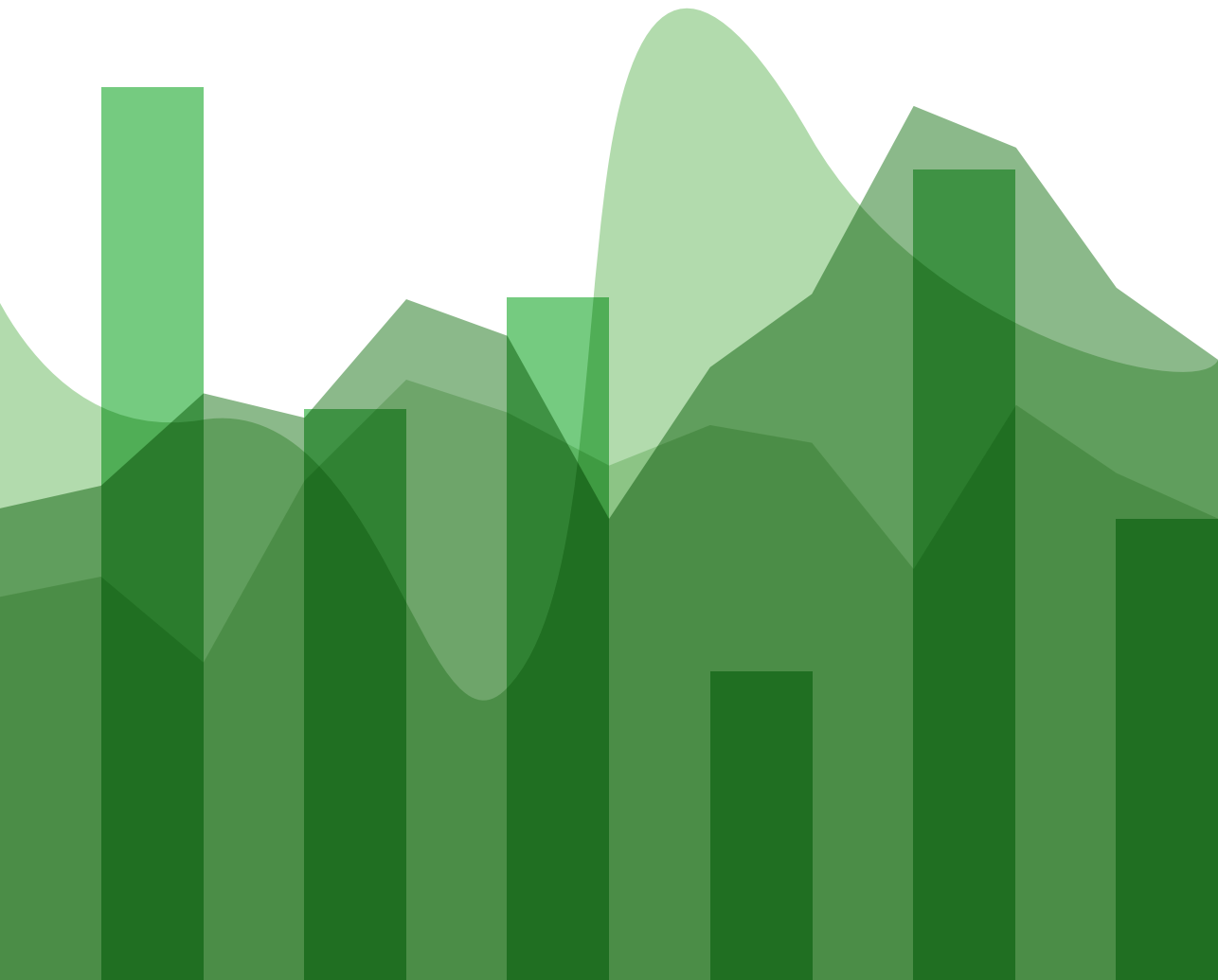
- sedangkan dalam hal risiko yang tidak terduga seperti kebakaran, banjir, bahan baku dicuri karyawan serta kerusakan hal tersebut perlu antisipasi atau pencegahan seperti menyediakan apar kebakaran, tempat penyimpanan yang aman, pemakaian prinsip FIFO (*First In First Out*) sehingga hal ini mengurangi resiko dalam bahan bakunya rusak/basi terutama untuk bahan baku utama yaitu kopi. Tidak hanya itu, agar bahan baku tidak dicuri oleh karyawan perlu dipasang CCTV sehingga hal-hal dilakukan dapat terpantau.
- Antisipasi Risiko Pemasaran :
 - perlu memanfaatkan sosial media dalam memasarkan produk yang dijual sehingga pasar yang ditargetkan dapat tercapai, dan produk pun dapat terdistribusi secara luas.
- Antisipasi Risiko SDM :
 - risiko karyawan sakit, kecelakaan serta meninggal dunia adalah risiko yang sulit dihindari, namun dengan adanya bpjs, atau asuransi kesehatan lainnya, maka perusahaan diringankan, namun menurut kelompok kami dalam produksi selai kopi, tidak perlu sampai pendaftaran asuransi kesehatan.
 - risiko karyawan tidak loyal terhadap perusahaan : membuat kontrak perjanjian kerja (Perjanjian Kerja Waktu Tertentu) sehingga karyawan tidak seandainya dalam masuk/keluar kerja
- Antisipasi Risiko Keuangan :
 - Gagal membayar pinjaman dana : melakukan penghitungan sebelumnya dengan detail agar jangan sampai uang yang dipinjam terlalu besar sehingga tidak mampu dikembalikan dalam jangka waktu yang pendek.

LAMPIRAN. FOTO INOVASI PRODUK/JASA



DESA

SIPITUHUTA



Analisis Data Desa Sipituhuta

Trisno Sakti Herwanto, S.I.P., MPA⁵⁵

A. PENDAHULUAN: SISTEMATIKA ANALISIS

Tulisan ini diarahkan untuk memberi gambaran mengenai bidang-bidang strategis pembangunan maupun inovasi Desa Sipituhuta yang dihasilkan dengan berdasar pada isu pembangunan dan potensi desa. Berdasarkan alur pikir tersebut dapat dipahami bahwa secara sistematis karya tulis ini dimulai dengan langkah analisis isu pembangunan, potensi yang dimiliki Desa Sipituhuta, serta analisis mengenai arah inovasi strategis yang dapat dilakukan desa sesuai kewenangannya. Analisis isu pembangunan serta potensi desa disusun berdasarkan data desa dengan proses pendataan yang telah dilaksanakan pada tahun 2018. Isu serta potensi pembangunan tersebut kemudian dianalisis untuk menghasilkan langkah pembangunan strategis dengan tetap berdasar pada payung hukum yang berkaitan dengan pembangunan desa.

Secara umum proses pendataan di Desa Sipituhuta dilaksanakan dengan metode sensus Kepala Keluarga (KK). Seluruh KK yang merupakan populasi dari penelitian diposisikan sebagai responden dalam proses pendataan. Data yang dikumpulkan dari seluruh KK tersebut kemudian direkapitulasi agar diperoleh gambaran secara utuh mengenai isu atau permasalahan pembangunan serta potensi yang dimiliki oleh desa. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pedoman Penyusunan dan Pendayagunaan Data Profil Desa dan Kelurahan menjadi salah satu sumber utama penyusunan instrumen pendataan yang digunakan oleh tim peneliti.

Untuk melaksanakan analisis isu dan potensi pembangunan dari data desa tersebut, data diolah dengan menggunakan metode statistik sederhana. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk diagram untuk memudahkan pembaca memahami setiap isu maupun potensi yang dimiliki oleh Desa Sipituhuta. Data yang telah ditampilkan dalam berbagai

55 Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan

diagram selanjutnya dianalisis berdasarkan berbagai indikator yang relevan. Melalui proses tersebut diperoleh gambaran yang jelas mengenai berbagai isu maupun potensi yang penting dan perlu menjadi prioritas untuk ditindaklanjuti dalam agenda pembangunan.

Isu-isu serta berbagai potensi yang diperoleh dari proses analisis data Desa Sipituhuta kemudian dikaji berdasarkan berbagai payung hukum yang relevan. Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa; Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 16 Tahun 2018 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2019 serta payung hukum lain yang relevan akan menjadi sumber ketentuan yang digunakan pada tahap ini.

UU Nomor 6 Tahun 2014 digunakan untuk mengkaji arah pembangunan maupun inovasi yang menjadi kewenangan desa meliputi:

- a. peningkatan kualitas dan akses terhadap pelayanan dasar;
- b. pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur dan lingkungan berdasarkan kemampuan teknis dan sumber daya lokal yang tersedia;
- c. pengembangan ekonomi pertanian berskala produktif;
- d. pengembangan dan pemanfaatan teknologi tepat guna untuk kemajuan ekonomi;
- e. peningkatan kualitas ketertiban dan ketenteraman masyarakat desa berdasarkan kebutuhan masyarakat desa.

Akomodasi Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi No. 16 Tahun 2018 diharapkan dapat membantu Desa Sipituhuta untuk melaksanakan pembangunan pada tahun 2019.

B. PROFIL DESA SIPITUHUTA

Desa Sipituhuta terletak di Kecamatan Pollung, Kabupaten Humbang Hasundutan, Provinsi Sumatera Utara. Desa ini berjarak 330 kilometer dari Medan. Meskipun terletak cukup jauh dari ibukota Provinsi Sumatera Utara, akses menuju desa tersebut saat ini relatif semakin mudah. Untuk mempermudah. Bandar udara Silangit di Siborongborong bahkan telah dibuka pemerintah untuk mempermudah akses para wisatawan, serta distribusi barang dan jasa di wilayah Danau Toba dan sekitarnya, termasuk Desa Sipituhuta.

Desa Sipituhuta berada pada wilayah pegunungan dengan ketinggian 1.300 meter di atas permukaan laut. Desa ini telah disahkan berdasarkan Perdes Desa Pandumaan No. 1 Tahun 2011 dengan batas administratif wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Hutapaung dan Desa Pansur Batu
- b. Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Aeknauli II
- c. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Pardomuan
- d. Sebelah barat berbatasan dengan Desa Pandumaan

Meski berdiri sebagai sebuah desa, Desa Sipituhuta sebenarnya sangat terikat secara adat dan menjadi sebuah komunitas adat bersama dengan Desa Pandumaan. Ikatan adat tersebut terbentuk karena dua desa ini masih terhubung dalam silsilah keturunan salah satu marga di Sumatera Utara. Berdasarkan sejarah secara turun temurun, hubungan adat antara Desa Sipituhuta dan Desa Pandumaan bahkan telah terbentuk sebelum Indonesia menjadi sebuah negara serta memperoleh kemerdekaannya.

Nilai adat yang masih sangat kental di Desa Sipituhuta juga dapat diketahui dari berbagai ritual atau upacara adat yang masih sering dilakukan. Beberapa contoh ritual adat yang masih dilakukan, antara lain ketika masyarakat desa mengalami perubahan tahap kehidupan seperti kelahiran, perkawinan, kematian, dan lain sebagainya. Ritual adat yang telah dilestarikan secara turun temurun tampak pada berbagai proses tersebut.

Contoh lain dari aktivitas masyarakat adat yang masih memegang teguh nilai adat dapat dilihat dari mekanisme pengelolaan hutan kemenyan yang menjadi sumber penghidupan bagi mereka. Hutan kemenyan atau dalam bahasa setempat disebut sebagai *Tombak Hamijon* dimanfaatkan masyarakat secara turun-temurun sebagai sumber penghidupan masyarakat Desa Sipituhuta. "*Parung Simardagul-dagul Sahali Mamarung Gok Bahul-bahul Gok Ampang*" menjadi sebuah mantra yang diucapkan warga desa secara turun temurun ketika hendak menyadap getah pohon kemenyan (*Styrax paralleloneurus*)⁵⁶.

Selain membaca mantra atau memanjatkan doa, warga desa juga membawa sajian berupa "lepat" besar dan juga "itak gur-gur" yang berbahan dasar tepung beras merah serta gula merah. Sajian ini memiliki makna tertentu yang menggambarkan harapan para petani. Lepat dibentuk bulat-bulat besar yang melambangkan harapan akan hasil getah

56 Diakses dari antaranews pada tautan <https://www.antaranews.com/berita/615442/pandumaan-sipituhuta-yang-setia-dengan-hutan-kemenyan>

yang bulat dan besar, sedangkan itak gur-gur yang dipadatkan menggambarkan rasa sayang dan kedekatan warga dengan pohon kemenyan. Hutan kemenyan telah dirawat, dimanfaatkan, serta dilestarikan penduduk desa selama 17 generasi sehingga mereka memberi perlakuan istimewa untuk semua pohon kemenyan yang ada.

C. ISU DAN POTENSI PEMBANGUNAN DESA SIPITUHUTA

Salah satu isu pembangunan yang muncul dari analisis data Desa Sipituhuta adalah bidang administrasi kependudukan, terutama yang berkaitan dengan kepemilikan akta kelahiran. Berdasarkan data desa yang diolah tim peneliti pada Diagram 1, hanya 20% penduduk desa yang memiliki akta kelahiran. Fenomena ini tentu perlu menjadi perhatian pemerintah desa, meskipun penerbitan akta kelahiran bukan merupakan kewenangan desa. Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 2 Tahun 2017 tentang Standar Pelayanan Minimal Desa, pemerintah desa wajib menyediakan data dan informasi kependudukan serta pertanahan. Langkah ini perlu dilaksanakan untuk mendukung penanggulangan berbagai masalah administrasi kependudukan meliputi kepemilikan Kartu Tanda Penduduk, Kartu Keluarga, dan Akta Kelahiran.

Selain permasalahan administrasi, terdapat permasalahan lain yang berkaitan dengan isu kependudukan. Berdasarkan data yang telah disajikan pada Diagram 2, dapat diketahui bahwa hanya 3% keluarga di Desa Sipituhuta yang menjalankan program Keluarga Berencana. Gambaran ini memberikan penjelasan bahwa warga Desa Sipituhuta belum memiliki perhatian pada upaya peningkatan kesejahteraan keluarga melalui Program KB. Fenomena ini didukung temuan bahwa rata-rata jumlah anggota keluarga di Desa Sipituhuta sebesar 5,26. Angka ini memberikan informasi bahwa setiap keluarga di Desa Sipituhuta memiliki rata-rata jumlah anak sebesar 3 orang.

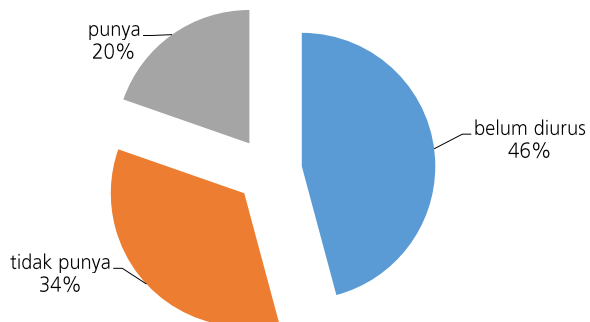


Diagram 1.
Kepemilikan Akta Kelahiran

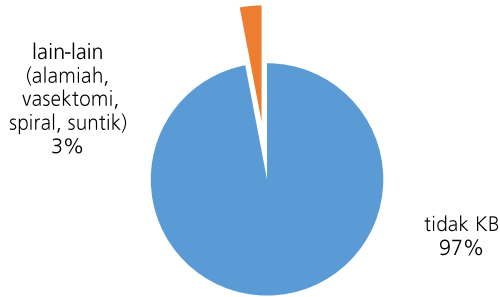


Diagram 2.
Program Keluarga Berencana (KB)

Selain berbagai isu yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, terdapat potensi yang dapat dipahami dari profil kependudukan Desa Sipituhuta. Berdasarkan data jenis pekerjaan seperti yang ditampilkan pada Diagram 3, dapat diperoleh gambaran bahwa mayoritas warga desa memiliki pekerjaan sebagai petani. Gambaran ini tentu menjadi indikasi awal bahwa sektor pertanian strategis untuk dikembangkan di Desa Sipituhuta karena sebagian besar penduduk menggantungkan hidup dari aktivitas pertanian.

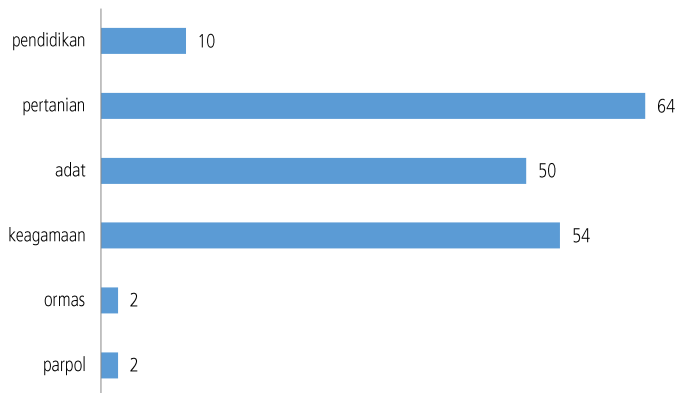


Diagram 3.
Jenis Pekerjaan
(jumlah dalam jiwa atau orang)

Hasil pengolahan data kependudukan Desa Sipituhuta juga memberikan informasi bahwa sektor pertanian memiliki potensi untuk dikembangkan. Berdasarkan data yang disajikan pada Diagram 4, dapat diketahui bahwa organisasi atau lembaga yang paling banyak diikuti oleh warga desa adalah organisasi pertanian. Fenomena ini juga menjadi penjabar bahwa tidak hanya mayoritas warga desa yang menjadi petani, namun juga mayoritas warga Desa Sipituhuta memiliki partisipasi aktif pada bidang pertanian dengan aktif berorganisasi.

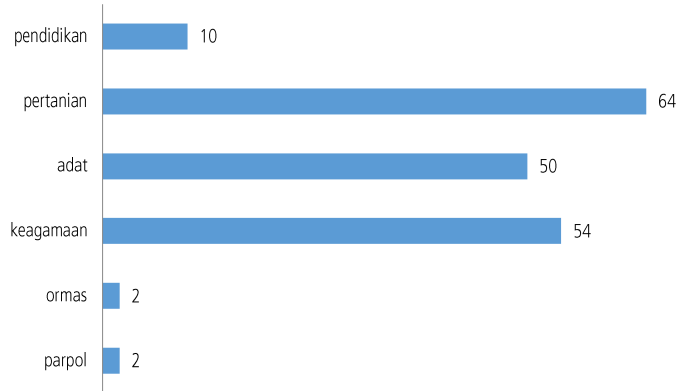


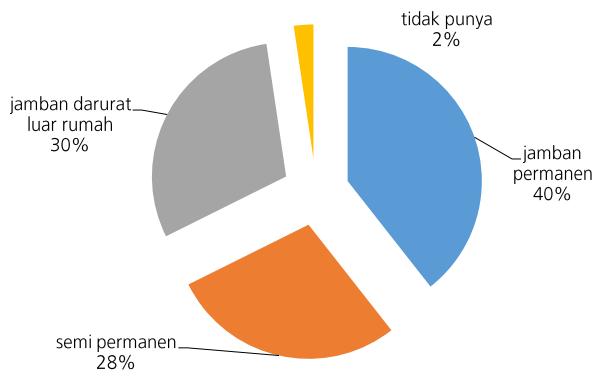
Diagram 4.
Keanggotaan dalam
Lembaga
(jumlah dalam jiwa atau
orang)

Berkaitan dengan pembangunan sanitasi dan air bersih, Desa Sipituhuta juga memiliki beberapa isu yang perlu untuk direspon dan diagendakan. Berdasarkan data yang ditampilkan pada Diagram 5 dapat diketahui bahwa kepemilikan jamban keluarga merupakan permasalahan penting untuk ditindaklanjuti. Data tersebut menjelaskan bahwa hanya 40% keluarga di Desa Sipituhuta yang memiliki jamban permanen. Sebanyak 28% keluarga menggunakan jamban semi permanen, 30% menggunakan jamban darurat di luar rumah, dan bahkan 2% keluarga tidak memiliki jamban. Temuan ini tentu perlu menjadi agenda prioritas pembangunan karena isu kepemilikan jamban sebagai bagian dari pembangunan sanitasi berkaitan erat dengan isu kesehatan masyarakat.

Kementerian Kesehatan melalui Program Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) menempatkan jamban sehat sebagai salah satu variabel penting untuk menjamin kesehatan masyarakat⁵⁷. Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, kriteria jamban yang sehat tidak hanya berkaitan dengan aspek pengadaan permanen atau non permanen. Jamban yang sehat harus memperhatikan pembangunan infrastruktur yang berkaitan dengan sarana pembuangan kotoran dan air bersih untuk pembersihan jamban.

Selain isu sanitasi, akses terhadap air bersih juga penting diperhatikan oleh Desa Sipituhuta. Meski jumlahnya tidak terlalu signifikan, masih terdapat 7% keluarga yang mengandalkan air hujan sebagai sumber utama untuk memenuhi kebutuhan air minum. Sebanyak 15% keluarga juga masih mengandalkan sumber mata air. Jumlah keluarga yang mengandalkan

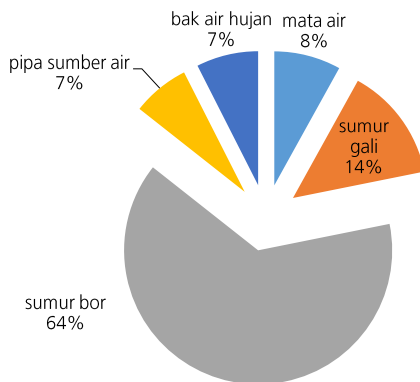
57 Program PHBS dapat diakses pada situs resmi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia pada tautan situs web <http://promkes.kemkes.go.id/phbs>



Grafik 5.
Kepemilikan Jamban
Keluarga

sumber air dari mata air tersebut juga perlu menjadi pertimbangan dalam menilai kelayakan mata air yang ada di Desa Sipituhuta. Ketika mata air yang terdapat di Desa Sipituhuta layak untuk dijadikan air minum, sistem pengelolaan air seperti pipanisasi dan distribusi air dapat menjadi fokus selanjutnya yang dapat ditindaklanjuti oleh pemerintah desa.

Secara tidak langsung data dan analisis mengenai akses air bersih untuk minum juga berkaitan dengan isu sanitasi. Seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, isu sanitasi sangat berhubungan dengan ketersediaan air bersih. Sanitasi yang sehat membutuhkan penyediaan air bersih pada unit pembuangan kotoran. Fenomena bahwa sebagian warga desa masih menggunakan sumber mata air perlu menjadi perhatian.



Grafik 6.
Sumber Air Minum Keluarga

Diperlukan observasi langsung untuk memastikan bahwa sumber-sumber air yang digunakan oleh warga desa tidak tercemar karena sistem sanitasi yang belum layak. Selain itu, perlu juga dipastikan kelayakan dari sistem sanitasi rumah tangga maupun kolektif yang terdapat di Desa Sipituhuta.

Isu lain yang perlu diperhatikan adalah isu ekonomi keluarga. Kondisi ekonomi keluarga dapat dipahami dengan mudah ketika dilakukan kajian pada penghasilan untuk setiap keluarga setiap bulan. Berdasarkan hasil olah data penghasilan keluarga yang disajikan pada Diagram 7, dapat dipahami bahwa terdapat tiga kelompok besar keluarga berdasarkan penghasilan yang mereka peroleh. Kelompok pertama yang merupakan kelompok terbesar di Desa Sipituhuta adalah keluarga dengan penghasilan sebesar 500 hingga 599 ribu rupiah. Kelompok kedua berada pada penghasilan sebesar 700 hingga 799 ribu rupiah. Kelompok ketiga adalah keluarga dengan penghasilan sebesar 1 hingga 1,499 juta rupiah.

Apabila dianalisis lebih lanjut, tiga kelompok keluarga berdasarkan penghasilan tersebut masih berada dibawah Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) Kabupaten Humbang Hasundutan. Temuan ini menjelaskan bahwa mayoritas keluarga di Desa Sipituhuta masih memiliki penghasilan dibawah UMK. Melalui Surat Keputusan Gubernur Sumatera Utara Nomor 188.44/1365/KPTS/2018, ditetapkan bahwa UMK Kabupaten Humbang Hasundutan untuk tahun 2019 adalah sebesar Rp 2.326.083,00. Angka ini telah mengalami peningkatan sebesar 8% dari tahun sebelumnya (2018), yaitu Rp. 2.153.781,00. Sebagian besar keluarga di Desa Sipituhuta dengan penghasilan di bawah 1,5 juta rupiah menjelaskan bahwa pendapatan mereka masih berada di bawah UMK Kabupaten Humbang Hasundutan.

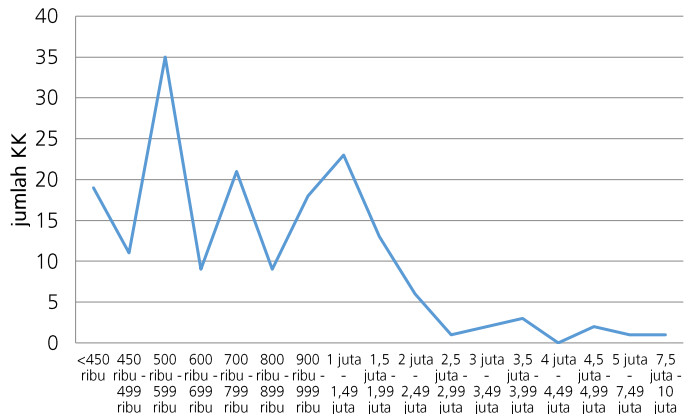


Diagram 7.
Pola Sebaran Penghasilan
Keluarga

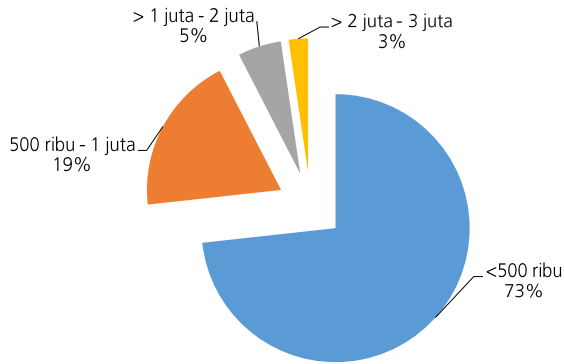


Diagram 8.
Pengeluaran Makan
Keluarga

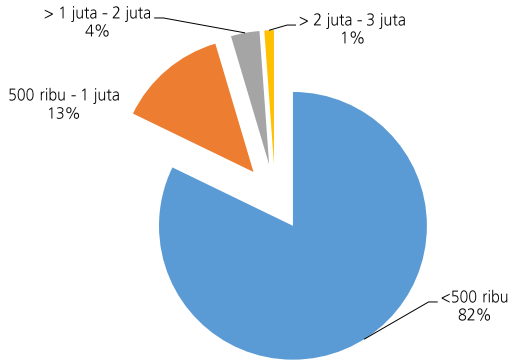


Diagram 9.
Pengeluaran Bukan Makan
Keluarga

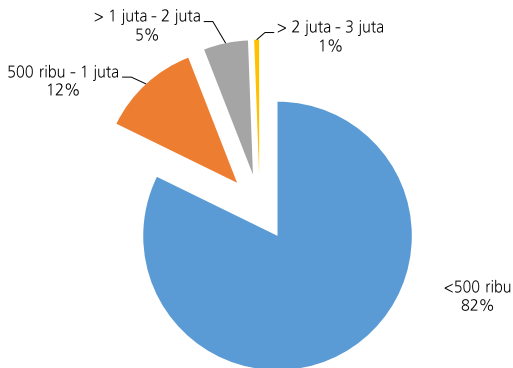


Diagram 10.
Pengeluaran Pendidikan
Keluarga

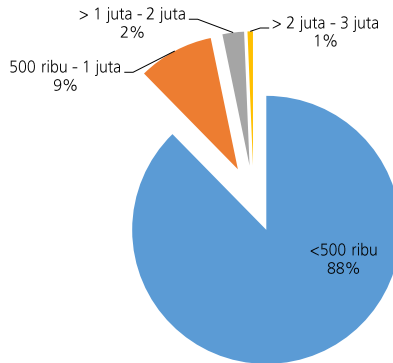


Diagram 11.
Pengeluaran Kesehatan
Keluarga

Temuan bahwa tingkat ekonomi keluarga Desa Sipituhuta masih tergolong perlu diberdayakan juga terkonfirmasi melalui pola pengeluaran keluarga untuk kebutuhan makan, bukan makan, pendidikan dan kesehatan (Diagram 8, 9, 10, 11). Fenomena bahwa mayoritas penghasilan keluarga untuk pendidikan dan kesehatan berada di bawah 500 ribu rupiah bisa menjadi indikasi bahwa program pendidikan dan kesehatan dari pemerintah terakses dengan baik. Berbeda dengan pendidikan dan kesehatan, tingkat pengeluaran untuk makan dan bukan makan sebagian besar keluarga Desa Sipituhuta di bawah 500 ribu rupiah menggambarkan kondisi ekonomi keluarga yang masih perlu ditingkatkan.

Tingkat ekonomi mayoritas keluarga di Desa Sipituhuta menjelaskan sebuah hasil analisis yang spesifik apabila dikaji dengan data jenis pekerjaan yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya. Mayoritas warga desa bekerja sebagai petani menunjukkan bahwa tingkat ekonomi keluarga petani di Desa Sipituhuta masih perlu ditingkatkan. Analisis ini menunjukkan bahwa pekerjaan sebagai petani di Desa Sipituhuta masih belum mampu mendorong peningkatan ekonomi keluarga secara signifikan. Temuan tersebut semakin menguatkan fokus pembangunan di bidang pertanian yang diarahkan untuk meningkatkan kondisi ekonomi keluarga.

Berkaitan dengan aktivitas pertanian, sebenarnya warga Desa Sipituhuta diuntungkan dengan berbagai komoditas selain padi, jangung, dan lain sebagainya. Para petani mampu berfokus pada komoditas yang memiliki nilai tambah atau ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan tanaman pangan. Tanaman pangan tetap dapat dikembangkan untuk

memenuhi kebutuhan sehari-hari, namun terdapat potensi lain yang lebih bernilai untuk meningkatkan kondisi ekonomi keluarga.

Berdasarkan data yang diolah dan disajikan pada Diagram 12, dapat diketahui bahwa Desa Sipituhuta memiliki potensi yang cukup signifikan di bidang perkebunan dan kehutanan. Rekapitulasi dari hasil pendataan yang dilakukan pada tahun 2018 menunjukkan bahwa Desa Sipituhuta mampu memproduksi 20.343 kg atau 20,34 ton kopi dan 1.850 kg atau 1,85 ton kemenyan. Temuan ini menjelaskan bahwa Desa Sipituhuta memiliki komoditas yang bernilai tinggi dibandingkan komoditas pertanian yang cenderung hanya dimanfaatkan untuk konsumsi sehari-hari.

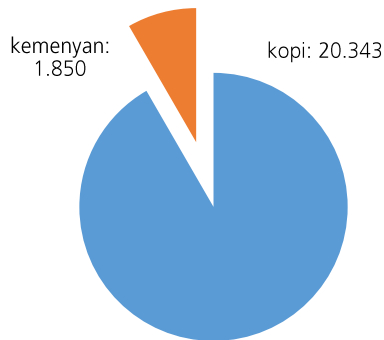


Diagram 12.
Komoditas Kebun dan Hutan
(dalam kilogram per tahun)

Meskipun Desa Sipituhuta memiliki potensi yang cukup bernilai, seperti kopi dan kemenyan, komoditas tersebut ternyata belum dikembangkan secara optimal. Selain belum dikembangkan secara optimal, terdapat permasalahan terkait pemasaran pada dua komoditas tersebut. Kedua permasalahan tersebut dapat terkonfirmasi melalui data yang disajikan pada Diagram 13 dan 14. Berdasarkan penjelasan Diagram 13 dapat diketahui bahwa lebih dari separuh (51%) kopi yang diproduksi Desa Sipituhuta hanya dijual langsung oleh para petani ke pasar. Temuan ini menjelaskan bahwa komoditas kopi belum dimanfaatkan secara optimal. Ketika petani hanya menjual langsung kopi yang mereka produksi ke pasar tanpa dilakukan pengembangan spesifik dari produk kopi tersebut, maka nilai tambah yang diperoleh belum cukup optimal.

Pemasaran kopi langsung ke pasar tradisional juga menunjukkan bahwa petani kopi di Desa Sipituhuta masih belum memiliki perluasan pasar atau dengan kata lain masih terdapat keterbatasan pada tahap pemasaran produk kopi. Permasalahan terkait pemasaran kopi juga terlihat dari jumlah kopi yang masih dijual ke tengkulak oleh para petani. Berdasarkan penjelasan Diagram 13, sebanyak 45% kopi yang diproduksi Desa Sipituhuta masih dijual kepada tengkulak. Fenomena yang sama juga masih terjadi pada komoditas kemenyan. Sebanyak 93% kemenyan yang diproduksi di Desa Sipituhuta bahkan masih dijual melalui tengkulak.

Kondisi pemasaran dua komoditas bernilai ekonomi Desa Sipituhuta tersebut perlu menjadi perhatian dan prioritas. Pemikiran tersebut diperkuat dengan temuan yang tersaji pada Diagram 15. Berdasarkan diagram tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas keluarga di Desa Sipituhuta memiliki lahan perkebunan. Hanya 7% keluarga yang tidak memiliki lahan perkebunan. Informasi tersebut seharusnya dapat memperjelas fokus pembangunan pemerintah desa pada sektor pertanian. Potensi lahan perkebunan yang tersedia justru tidak

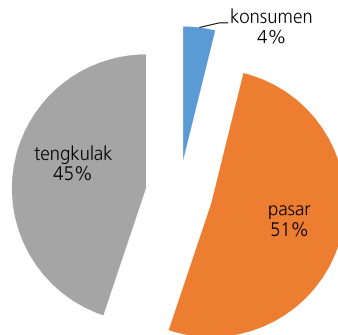


Diagram 13.
Pemasaran Kopi

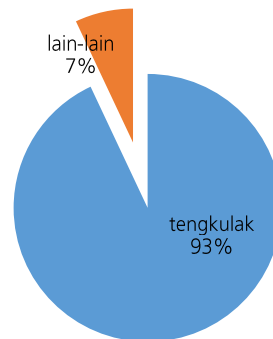


Diagram 14.
Pemasaran Kemenyan

didukung dengan upaya pemasaran yang cukup luas. Kondisi ini kemudian mengakibatkan tingkat penghasilan keluarga khususnya para petani yang masih berada di bawah standar upah kabupaten.

Selain informasi bahwa mayoritas keluarga memiliki lahan perkebunan, melalui Diagram 15 dapat dipahami juga bahwa keluarga yang memiliki lahan perkebunan dengan luas diantara 0,5 hingga 1 hektar cukup signifikan. Sebanyak 49% atau hampir separuh keluarga di Desa Sipituhuta memiliki lahan perkebunan dengan luas diantara 0,5 hingga 1 hektar. Gambaran ini semakin mendukung pemahaman bahwa potensi yang dimiliki oleh Desa Sipituhuta pada bidang pertanian cukup besar. Selain terdapat komoditas unggulan, kepemilikan lahan yang masih dikuasai oleh warga desa merupakan potensi yang dapat menjadi modal penting bagi pengembangan sektor pertanian atau agroindustri.

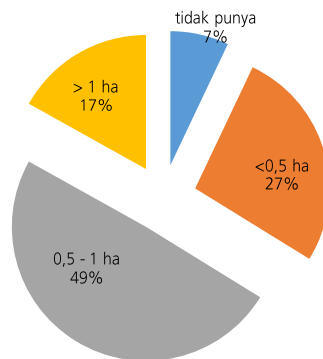


Diagram 15.
Kepemilikan Kebun

Selain potensi yang berkaitan dengan pertanian dan perkebunan, Desa Sipituhuta memiliki potensi lain di bidang peternakan. Berdasarkan data yang disajikan pada Diagram 16, dapat dipahami bahwa potensi peternakan di Desa Sipituhuta terdiri dari ayam kampung, kerbau, dan babi. Ayam kampung menjadi komoditas peternakan paling banyak dibudidayakan oleh warga desa. Meskipun memiliki potensi di bidang peternakan, secara umum kondisi peternakan di Desa Sipituhuta belum termasuk pada industri peternakan skala besar. Kondisi ini dapat dilihat dari informasi pada Diagram 17. Sebanyak 31% hasil peternakan masih sebatas digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari, 28% langsung dijual ke konsumen, dan 19% komoditas ternak langsung dijual ke pasar.

Meski belum pada skala produksi yang besar, fenomena tengkulak masih terjadi pada rantai produksi dan pemasaran hasil ternak. Sebanyak 22% komoditas peternakan masih dijual atau dipasarkan melalui jasa para tengkulak.

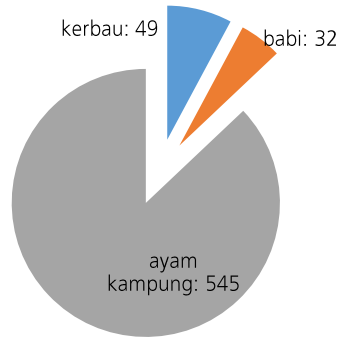


Diagram 16.
Komoditas Peternakan
(jumlah dalam ekor)

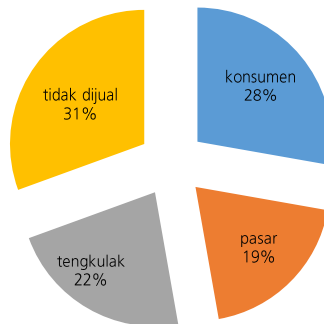


Diagram 17.
Pemasaran Hasil Ternak

D. PENUTUP: ARAH INOVASI DESA BERDASARKAN ISU DAN POTENSI PEMBANGUNAN

Berdasarkan analisis data isu dan potensi pembangunan Desa Sipituhuta yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, dapat dirumuskan beberapa bidang serta arah inovasi desa sebagai berikut:

1. Kependudukan

Melalui analisis yang telah dilakukan terhadap data Desa Sipituhuta, dapat diketahui bahwa terdapat dua isu pembangunan yang perlu direspon terkait kependudukan. Isu pertama adalah kepemilikan akta kelahiran yang baru mencapai angka sebesar 20%. Isu berikutnya yang juga perlu mendapat perhatian adalah temuan bahwa hanya 7% keluarga yang menjalankan program keluarga berencana.

Berdasarkan temuan tersebut, Pemerintah Desa perlu memperbaiki sistem administrasi kependudukan yang telah dilaksanakan. Apabila dilihat dari kewenangan yang dimiliki, penerbitan dokumen kependudukan seperti akta kelahiran memang bukanlah kewenangan yang dimiliki oleh pemerintah desa. Meskipun demikian, pemerintah desa tetap memiliki kewenangan menyediakan data administrasi kependudukan.

Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2017 tentang Standar Pelayanan Minimal Desa menjelaskan bahwa penyediaan data dan informasi kependudukan merupakan salah satu bagian penting dari pelayanan minimal yang harus diselenggarakan oleh desa. Desa perlu memperbaharui informasi dengan memutakhirkan berbagai perubahan data administrasi kependudukan pada Buku Administrasi Kependudukan. Data kependudukan yang valid dan mutakhir pada Buku Administrasi Pendudukan ini selanjutnya dapat menjadi dasar bagi pelayanan dokumen kependudukan yang efektif dan efisien.

Berkaitan dengan Program Keluarga Berencana, Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2018 Tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2019 telah menjelaskan bahwa keluarga berencana menjadi salah satu prioritas pembangunan bidang pemberdayaan masyarakat. Secara spesifik keluarga berencana menjadi bagian dari upaya peningkatan kualitas dan akses terhadap pelayanan sosial dasar pada peraturan tersebut. Ketentuan ini secara langsung

juga menjelaskan bahwa Dana Desa dapat dimanfaatkan untuk mendukung Program Keluarga Berencana di desa dan fokus ini juga menjadi prioritas penting untuk tahun 2019.

Merujuk pada peraturan tersebut, desa sebenarnya memiliki keleluasaan untuk merancang Program Keluarga Berencana karena terdapat payung hukum dan anggaran yang besar. Sebagai salah satu alternatif, pemerintah desa dapat melibatkan organisasi kemasyarakatan untuk mendukung pelaksanaan Keluarga Berencana. Untuk Desa Sipituhuta, program sosialisasi Keluarga Berencana juga dapat dilaksanakan dengan melibatkan organisasi seperti organisasi keagamaan. Seperti penjelasan pada bagian sebelumnya, organisasi keagamaan menjadi organisasi kedua yang paling banyak diikuti oleh keluarga di Desa Sipituhuta sehingga sangat potensial untuk dimanfaatkan dalam mendukung Program Keluarga Berencana.

2. Sanitasi dan Pengelolaan Air Bersih

Berdasarkan kajian data yang dipaparkan pada bagian sebelumnya, dapat dipahami bahwa sanitasi dan pengelolaan air bersih menjadi isu yang penting untuk ditindaklanjuti. Isu tersebut diperjelas dengan temuan bahwa hanya 40% keluarga yang memanfaatkan jamban permanen serta terdapat keragaman sumber air untuk minum dan konsumsi rumah tangga di Desa Sipituhuta. Sanitasi dan pengelolaan air perlu menjadi perhatian penting karena dua aspek pembangunan tersebut sangat berhubungan. Sistem sanitasi perlu didukung keberadaan air bersih, sebaliknya sistem sanitasi yang kurang baik akan berdampak pada pencemaran lingkungan termasuk penurunan kualitas air.

Keterkaitan antara sanitasi dan air bersih sebenarnya telah dicanangkan oleh pemerintah pusat melalui Gerakan Masyarakat Sehat (Germas) dengan 5 pilar Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM)⁵⁸ meliputi:

- a. Stop buang air besar sembarangan (Stop BABS);
- b. Mencuci Tangan Pakai Sabun (CTPS) dengan air mengalir;
- c. Pengelolaan Air Minum dan Makanan Rumah Tangga (PAM-RT);
- d. Pengelolaan Sampah Rumah Tangga;
- e. Pengelolaan Limbah Cair Rumah Tangga Air dan Sanitasi.

58 Penjelasan mengenai STBM dapat diakses pada situs resmi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia pada tautan situs web <http://stbm.kemkes.go.id>

Berdasarkan penjelasan STBM di atas, dapat dipahami bahwa pembangunan sanitasi meliputi banyak aspek yang perlu diperhatikan. Aspek pertama yang perlu diperhatikan adalah budaya hidup sehat yang meliputi budaya buang air besar dan cuci tangan masyarakat. Meskipun pendekatan sebagian besar pembangunan sanitasi adalah pengembangan infrastruktur, aspek perilaku justru sebenarnya merupakan fokus utama yang perlu menjadi prioritas. Berbagai upaya pembangunan infrastruktur bahkan seharusnya diarahkan untuk mengarahkan perilaku hidup sehat masyarakat menjadi lebih baik, termasuk budaya buang air besar dan cuci tangan.

Aspek kedua yang juga penting untuk menjadi fokus pembangunan sanitasi adalah pengelolaan air minum untuk konsumsi keluarga. Seringkali pembangunan sanitasi dilakukan terpisah dengan upaya pengelolaan air. Pemahaman tersebut perlu diubah karena sanitasi dan ketersediaan air bersih merupakan dua aspek yang saling terkait. Sistem sanitasi yang baik dan tidak menimbulkan pencemaran secara tidak langsung berimplikasi pada ketersediaan air untuk konsumsi keluarga. Dampak selanjutnya yang diharapkan dari kondisi ini adalah jaminan kesehatan masyarakat dari ketersediaan air layak konsumsi. Pada sisi lain, air bersih tidak hanya dibutuhkan untuk konsumsi keluarga, sebaliknya ketersediaan air bersih juga diperlukan untuk mendukung sistem sanitasi yang baik.

Aspek berikutnya yang juga sangat penting dan menjadi bagian dari Sanitasi Total Berbasis Masyarakat adalah pengelolaan sampah serta limbah cair rumah tangga melalui pembangunan sistem sanitasi. Permasalahan klasik yang hampir selalu ada di desa maupun perkampungan adalah masalah pengelolaan sampah. Secara tidak langsung, pengelolaan sampah yang kurang baik akan berdampak pada pencemaran lingkungan. Apabila dirunut lebih lanjut, sampah yang dihasilkan pada sebuah lingkungan sebenarnya dihasilkan dari skala keluarga. Berdasarkan pemahaman ini, pengelolaan sampah yang baik pada skala keluarga menjadi kunci untuk menghindari pencemaran lingkungan pada skala yang lebih besar. Sampah padat dan limbah cair pada skala keluarga perlu dikelola dengan tujuan menekan pencemaran pada skala lingkungan. Pada tahap ini sistem pengelolaan sanitasi pada skala keluarga juga menjadi penting untuk diperhatikan.

Melalui penjelasan tiga aspek STBM tersebut dapat disimpulkan bahwa pembangunan sanitasi adalah upaya yang bersifat holistik sehingga bersifat "sanitasi total". Upaya holistik ini meliputi pengelolaan sampah keluarga (termasuk limbah padat dan cair pada sistem sanitasi) dan pengelolaan air bersih yang memiliki orientasi pada perubahan perilaku

masyarakat menjadi hidup lebih sehat. Berdasarkan pemahaman ini, Desa Sipituhuta perlu melakukan pembangunan sanitasi dan pengelolaan air bersih secara berkesinambungan.

Upaya pembangunan sanitasi dan pengelolaan air yang berkesinambungan sebagai prioritas juga menjadi amanat Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 16 Tahun 2018 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2019. Pada peraturan tersebut dijelaskan bahwa penyediaan air bersih dan sanitasi yang baik diperlukan untuk mendorong perilaku hidup sehat serta secara spesifik. Melalui peraturan ini, Desa Sipituhuta dapat menjadikan pembangunan sanitasi dan pengelolaan air bersih sebagai salah satu prioritas inovasi untuk tahun 2019. Pengalaman Desa Mallari dengan keberhasilan program 100% jamban keluarga dapat menjadi salah satu contoh praktik baik bagi Desa Sipituhuta⁵⁹. Meskipun demikian fokus dari kegiatan ini harus meliputi tiga aspek yang dikembangkan secara beriringan meliputi:

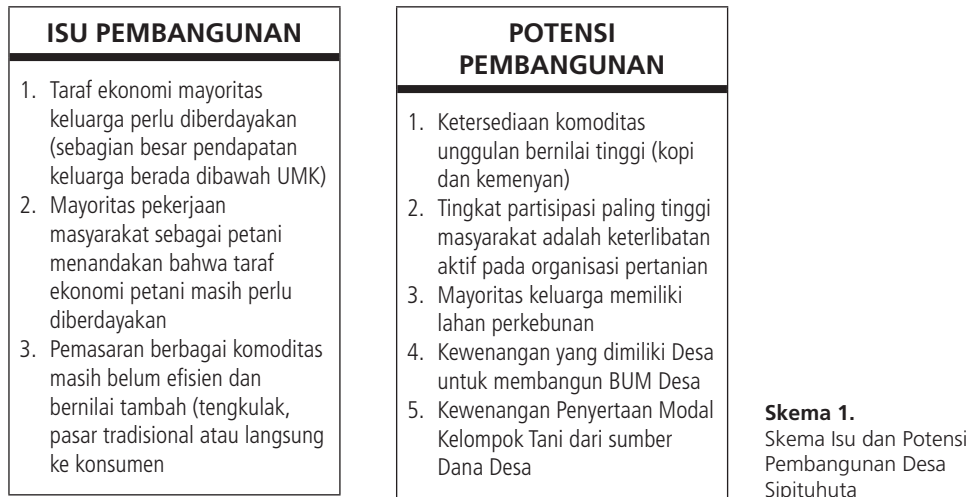
- a. budaya hidup sehat yang meliputi budaya buang air besar dan cuci tangan masyarakat;
- b. pengelolaan air bersih untuk minum untuk konsumsi keluarga;
- c. pengelolaan sampah serta limbah cair rumah tangga melalui pembangunan sistem sanitasi.

3. Pemberdayaan Ekonomi Komunitas Petani melalui Perluasan Pasar dan Hilirisasi Industri

Melalui penjelasan analisis data yang dihadirkan pada bagian sebelumnya, terdapat beberapa isu pembangunan dan potensi yang dapat menentukan arah inovasi utama bagi Desa Sipituhuta. Secara spesifik berbagai isu serta potensi pembangunan tersebut dapat ditampilkan dalam skema atau bagan berikut.

Berdasarkan penjelasan pada Skema 1, dapat diketahui bahwa Desa Sipituhuta dihadapkan pada isu atau permasalahan kesejahteraan ekonomi petani yang meliputi dua fokus, yaitu pendapatan petani masih berada dibawah Upah Minimum Kabupaten (UMK) Humbang Hasundutan dan pemasaran berbagai komoditas masih belum efisien serta bernilai tambah. Fenomena tersebut terjadi karena berbagai komoditas unggulan, seperti kopi dan kemenyan justru hanya dipasarkan melalui tengkulak, langsung ke konsumen atau dipasarkan langsung ke pasar tradisional. Kondisi ini secara tidak langsung menjelaskan

59 Pius Sugeng Prasetyo dkk dalam Inovasi untuk Mewujudkan Desa Unggul dan Berkelanjutan (Edisi Pertama)



indikasi permasalahan bahwa taraf ekonomi petani masih perlu diberdayakan karena terdapat kelemahan berupa keterbatasan pemasaran komoditas.

Temuan permasalahan tersebut juga terkonfirmasi dari proses pendampingan yang dilakukan peneliti. Berdasarkan keterangan langsung yang diberikan oleh beberapa petani, keterbatasan pemasaran komoditas juga disebabkan oleh ketersediaan sarana transportasi. Kopi atau kemenyan yang diproduksi di Desa Sipituhuta sebenarnya dapat memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi apabila dipasarkan ke kota, namun karena keterbatasan sarana transportasi mereka cenderung memasarkan berbagai komoditas tersebut ke pasar tradisional terdekat atau justru menjualnya kepada tengkulak yang datang langsung ke para petani.

Meskipun dihadapkan pada permasalahan tersebut, terdapat sejumlah potensi atau kondisi yang dapat mendukung upaya pemberdayaan ekonomi bagi para petani. Potensi utama yang dimiliki oleh Desa Sipituhuta adalah ketersediaan kopi dan kemenyan sebagai komoditas unggulan. Seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, dalam setahun Desa Sipituhuta mampu menghasilkan 20,34 ton kopi dan 1,85 ton kemenyan. Potensi berikutnya yang relevan dengan arah inovasi pemberdayaan ekonomi petani adalah fakta bahwa organisasi pertanian adalah organisasi dengan keterlibatan aktif masyarakat tertinggi dibandingkan organisasi adat, agama, maupun organisasi lainnya.

Selain dua potensi tersebut, masyarakat Desa Sipituhuta relatif masih menguasai lahan perkebunan sebagai aset utama dalam pemberdayaan berbasis agroindustri. Permasalahan klasik yang biasa ditemukan pada pemberdayaan petani adalah keterbatasan lahan. Kondisi ini biasanya disebabkan oleh alih fungsi maupun alih kepemilikan lahan. Pada tahap ini, Desa Sipituhuta dapat dikatakan masih memiliki harapan yang besar untuk mengembangkan sektor agroindustri karena mayoritas keluarga memiliki lahan perkebunan. Temuan ini menjelaskan bahwa masyarakat masih memiliki hak penuh atas tanah sebagai aset penting pada proses produksi komoditas.

Beberapa potensi tersebut juga didukung dengan sebuah lingkungan kebijakan di tingkat desa. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa menjelaskan secara eksplisit bahwa desa saat ini memiliki kewenangan untuk mendirikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa). Ketika para petani di Desa Sipituhuta terkoordinasi dan terlembagakan dalam BUMDesa, mereka dimungkinkan dapat memperoleh penyertaan modal dari sumber kekayaan desa. Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 16 Tahun 2018 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2019 bahkan menjelaskan bahwa penyertaan modal yang bersumber dari Dana Desa dapat diberikan pada kelompok usaha masyarakat termasuk kelompok tani.

Berdasarkan analisis isu dan potensi pembangunan tersebut, upaya pemberdayaan ekonomi petani di Desa Sipituhuta dapat difokuskan pada beberapa prioritas sebagai berikut:

1. Perluasan dan Efisiensi Pemasaran

Melalui penyertaan modal berbasis kelompok, petani dapat memperluas pemasaran komoditas, baik kopi maupun kemenyan kepada pasar yang lebih luas. Sebagai contoh, pengadaan sarana transportasi sebagai bentuk penyertaan modal dapat dilakukan untuk mendukung pemasaran komoditas ke wilayah perkotaan maupun daerah lain. Sarana transportasi yang digunakan untuk memasarkan produk bersama dapat memberikan nilai efisiensi pemasaran sehingga pendapatan yang diperoleh oleh para petani dapat meningkat secara signifikan. Upaya ini secara tidak langsung juga menjadi solusi atas fenomena pemasaran komoditas kepada tengkulak sebagai salah satu isu penting yang dihadapi para petani. Perluasan pemasaran juga dapat dilakukan keluar daerah Sumatera Utara karena saat ini telah didirikan Bandar Udara Silangit. Melalui dukungan permodalan berbasis komunitas atau kelompok, bandar udara tersebut dapat dimanfaatkan untuk menyasar pasar yang lebih luas.

2. Hilirisasi Industri Pertanian dengan Pengolahan Komoditas menjadi Produk Inovatif

Sebagai orientasi jangka panjang, kelompok tani perlu mengembangkan komoditasnya menjadi produk siap konsumsi oleh para konsumen. Untuk mendapatkan nilai tambah yang lebih tinggi, para petani tidak cukup hanya menjual komoditas kopi atau kemenyan secara langsung. Mereka perlu melakukan hilirisasi industri dengan mengembangkan berbagai komoditas tersebut menjadi produk inovatif yang bernilai tambah. Pemikiran ini juga didukung oleh dukungan penyertaan modal yang juga dapat dimanfaatkan untuk mengadakan berbagai alat produksi. Sebagai contoh, saat ini kopi tidak hanya dimanfaatkan sebagai minuman oleh para konsumen. Kopi telah dimanfaatkan dalam berbagai bentuk produk yang lebih inovatif dan bernilai tambah tinggi seperti pewangi mobil, campuran berbagai olahan makanan dan lain sebagainya. Nilai tambah tinggi berbagai produk inovatif pada beberapa komoditas ini pada akhirnya akan menjadi salah satu faktor yang signifikan mendorong peningkatan pendapatan para petani.

Contoh Rencana Bisnis Desa Sipituhuta "Aroma Terapi Frankincense"

Disusun oleh

Putri Karin Hirokazu Kanagawa¹

Herbet Sutanta²

Karerin Narisa P³

Firly R Mahadhika⁴

1. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

1.1. GAMBARAN KONDISI PASAR/KEBUTUHAN PASAR

Berdasarkan dari analisis yang sudah dibaca bahwa perekonomian Desa Sipituhuta yang masih di bawah UMK karena beberapa faktor yang terjadi di desa tersebut membuat Desa Sipituhuta kurang berkembang. Kurangnya pengenalan produk hasil panen dan ternak yang sudah dihasilkan desa tersebut kepada pasar pasar di Indonesia. Rata-rata hasil panen tersebut dikonsumsi sendiri atau dijual ke pasar terdekat, dan tidak sedikit persentase hasil panen mereka di ambil alih oleh para tengkulak, yang dimana menyebabkan kesejahteraan petani sangat rendah di desa ini. Desa Sipituhuta membutuhkan perantara yang bisa membantu memasarkan hasil panen mereka dengan memberi nilai tambah kepada produk-produk tersebut, hal ini akan membuat pendapatan para petani atau peternak meningkat dengan signifikan.

1.2. PRODUK/JASA YANG DIHASILKAN

Produk yang akan kami buat adalah aroma terapi yang berbahan garam laut, rempah kemenyan dan bahan bahan lainnya. bahan utama yang kami pakai adalah rempah kemenyan dan kopi.

1,2,3,4 Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Katolik Parahyangan

Khasiat yang dimiliki oleh kemenyan dan kopi ternyata cukup banyak, maka dari itu kelompok memilih untuk membuat aroma terapi berbasis kemenyan dan kopi, mengingat pada jaman sekarang, dengan teknologi yang semakin maju, udara diluar terutama di daerah perkotaan sudah tidak sebersih udara di desa, maka untuk membantu mengurangi dampak dari udara yang tidak bersih tersebut maka kami memilih aroma terapi untuk memberikan efek rileks para penggunanya setelah seharian beraktivitas diluar dan menghirup udara yang kotor.

Beberapa khasiat yang diberikan oleh kemenyan dan kopi adalah:

1. Mencegah dan mengatasi kulit infeksi
2. Mengatasi perut kembung
3. Melancarkan saluran pernafasan
4. Antiseptik
5. Berpotensi mencegah/menghentikan penyebaran kanker
6. Menghilangkan stres

Wewangian yang segar dapat membantu untuk memberikan efek rileks kan tubuh saat terhirup oleh penggunanya. Secara tidak langsung, uap yang telah masuk ke dalam tubuh penggunanya akan berkhasiat untuk melancarkan saluran pernafasan. kemenyan dan kopi memiliki banyak khasiat, tanpa harus mengkonsumsinya secara langsung, khasiat tersebut dapat diperoleh dari aroma terapi.

Berikut merupakan cara untuk membuat aroma terapi:

1. Keringkan Kemenyan/Kopi
2. Campur rempah kemenyan dengan garam laut
Garam laut berguna untuk mengeluarkan wewangian yang ada dalam kemenyan dan kopi yang sudah dikeringkan.

Dengan cara pembuatan yang sangat mudah ini, para petani diharapkan dapat secara mandiri mengolah aroma terapi yang berasal dari kemenyan dan kopi.

1.2.1. KEUNGGULAN YANG DIMILIKI

- 1. Originalitas** (belum pernah dibuat orang lain)
Aroma terapi menggunakan bahan dasar kemenyan dan kopi belum pernah ada di Indonesia, hal itu dikarenakan masyarakat berpandangan bahwa kemenyan digunakan untuk ritual-ritual mistis, sesungguhnya kemenyan memiliki banyak khasiat yang belum masyarakat banyak tahu.
- 2. Relevansi** (sesuai dengan kebutuhan masyarakat)
Padatnya aktivitas diluar sana membuat orang-orang rentan terhadap stres dan terjangkit penyakit, dengan menggunakan aroma terapi Frankincense yang berkhasiat untuk memberi efek rileks kepada tubuh dan juga membantu melancarkan saluran pernafasan dapat membantu mengurangi stres dan juga penyakit-penyakit lainnya.
- 3. Marketable** (dapat dikembangkan secara komersil)
Karena belum ada yang menjual dan memproduksi aroma terapi menggunakan bahan dasar kemenyan sebelumnya, maka aroma ide tersebut sangat berpotensi untuk dikembangkan.
- 4. User Friendly** (praktis dan mudah digunakan)
Untuk dapat menikmati aroma terapi ini sangat mudah hanya dengan membuka tutup wadah aroma terapi tersebut maka wewangian sudah dapat dinikmati oleh para pembeli.
- 5. Efisien** (biaya produksi rendah)
Dengan tersedianya sumber daya berupa kemenyan dan kopi yang didapatkan dari kebun di Desa Sipituhuta, biaya yang dikeluarkan juga tidak terlalu besar untuk dapat memproduksi aroma terapi berbahan dasar kemenyan dan kopi ini..
- 6. Kompetitif** (menawarkan sesuatu yang lebih dari produk yang sudah ada)
Kelebihan dari aroma terapi berbahan dasar kemenyan dan kopi ini adalah tidak menggunakan bahan kimia yang dapat merusak kesehatan, serta khasiatnya yang dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit yaitu seperti mengentikan penyebaran kanker, mengobati tumor, dan bisul.

7. Up to Date (sesuai dengan tren di masyarakat)

Aroma terapi semakin banyak di produksi karena permintaan yang cukup banyak, selain untuk menghilangkan bau tidak sedap di dalam ruangan dan untuk menambah wangi di dalam ruangan, aroma terapi mengandung banyak manfaat. Wangi yang dihasilkan dari aroma terapi juga bermacam-macam, hal itu yang membuat masyarakat banyak yang menyukai aroma terapi.

8. Available (menggunakan sumber daya yang ada di sekeliling kita)

Untuk membuat Frankincense ini memang tidak semua menggunakan bahan baku dari Desa Sipituhuta, namun bahan dasar untuk membuat produk tersebut menggunakan sumber daya yang ada di sekeliling para petani seperti kemenyan dan kopi yang di panen di desa tersebut dan untuk sumber daya manusia nya pun kami menggunakan warga-warga Desa Sipituhuta.

9. Sustainable (mempunyai fungsi jangka panjang)

Khasiat yang dimiliki kemenyan dan kopi memiliki khasiat jangka panjang. Kemenyan dikenal bagus untuk memperlancar saluran pernafasan dan kopi berkhasiat untuk mencegah kanker, kopi juga dikenal dapat memberikan umur panjang kepada orang yang suka mengkonsumsi kopi.

10. Ramah lingkungan (menggunakan bahan-bahan yang mampu didaur ulang)

Produk yang akan kami buat dapat di daur ulang seperti garam laut dapat digunakan berulang-ulang kali, kemenyan pada akhirnya akan layu namun tidak akan menjadi limbah, dan untuk wadah yang digunakan dapat di daur ulang dan dijadikan wadah atau tempat untuk hal lain. Kopi yang digunakan juga tahan lama dan tidak menyebabkan limbah apapun. Bahkan Limbah kopi dapat didaur ulang menjadi pupuk atau pakan ternak.

1.2.2. TARGET PASAR

Target pasar kami adalah orang-orang yang menyukai wewangian terutama orang-orang yang memiliki aktivitas yang padat dan menginginkan kenyamanan untuk bisa berelaksasi dirumah. Semua orang dapat menjadi target pasar kami karena aroma terapi banyak digunakan dari kalangan anak muda hingga yang

tua dengan range umur 17 - 60 tahun. Kami juga mengincar industri aroma terapi untuk mengambil dan bekerja sama dengan Desa Sipituhuta. Dengan demikian, pasar yang dapat dijangkau untuk memperkenalkan produk kami dapat keluar dari daerah Sumatera Utara.

1.3 TARGET PENJUALAN

1.3.1. STRATEGI PEMASARAN

Strategi Pemasaran yang akan kita gunakan adalah media sosial dan situs belanja *online* seperti Instagram, Facebook, Bukalapak dan Tokopedia. Selain menggunakan media sosial kami akan memasarkan dengan membuka *stand* di pameran-pameran yang ada di pusat perbelanjaan.

■ PENGEMBANGAN WILAYAH PEMASARAN

Dalam pengembangan wilayah pemasaran, kami ingin mengembangkan produk kami yang utama tentunya di Desa Sipituhuta, setelah di Desa terkenal barulah kami akan mengembangkan ke daerah kota dan tentunya Provinsi Sumatera Utara. Setelah Wilayah Sumatera Utara kami ingin mengembangkan ke seluruh Indonesia dan dapat mengeksport produk Aroma terapi ini. Dengan menggunakan media sosial juga dapat menjangkau ke seluruh wilayah Indonesia maupun di luar Indonesia.

■ KEGIATAN PROMOSI

Promosi yang akan kita pakai untuk awal permulaan adalah dengan memberikan promosi *buy 1 get 2*. Dengan membeli salah satu aroma terapi maka akan mendapatkan satu aroma terapi gratis. Jika promosi tersebut kurang menarik minat pembeli maka kami akan melakukan potongan harga untuk aroma terapi tersebut. Selain dari dua promo diatas, jika terdapat konsumen yang sudah membeli produk dua sampai tiga kali, maka kami akan menawarkan untuk membuat kartu member dengan keuntungan akan mendapat diskon 10% setiap melakukan pembelian. Lalu kami juga berencana untuk melakukan promosi dengan cara memberikan voucher jika melakukan sepuluh kali transaksi maka akan mendapatkan gratis satu produk.

■ STRATEGI PENETAPAN HARGA

Untuk penetapan harga, kami memakai *fixed fee pricing* – yakni penetapan harga berdasarkan jumlah biaya yang dikeluarkan oleh produsen produk tersebut ditambah sejumlah *fee* yang telah disepakati, jadi laba yang diperoleh tidak mempengaruhi harga jual barang. *Fee* yang kita berikan kepada para petani sebesar 20%. Dengan begitu para petani akan mendapatkan laba bersih, *exclude* dari semua biaya yang sudah dikeluarkan untuk proses produksi.

1.3.2. ESTIMASI PENCAPAIAN

1. Garam Laut – Rp 35000 / 250g
2. SDM – Rp 9.583 / jam
3. Wadah – Rp 5.000

Penentuan Harga Pokok Penjualan

Dengan asumsi :

- 250g garam laut = 12 wadah
- Produksi memakan waktu sekitar 5 menit maka dalam sejam mereka dapat menghasilkan 12 wadah/pekerja.
- 25 hari kerja
- $12 \times 9 \text{ jam} \times 25 = 2.700$ wadah/bulan

- ✓ Garam laut : $\text{Rp } 35000 \times 9 \times 25 = \text{Rp } 7.875.000$ / bulan
- ✓ Upah : $\text{Rp } 9.583 \times 9 \times 25 = \text{Rp } 2.156.175$ / bulan
- ✓ Wadah : $\text{Rp } 5.000 \times 2.700 = \text{Rp } 13.500.000$ / bulan
- ✓ Pemasaran (media sosial) = Rp 500.000
- ✓ Total = Rp 24.031.175 / bulan
- ✓ Hpp : $\text{Rp } 24.031.175 : 2700 = \text{Rp } 8.900$ / wadah

Untuk perhitungan kasar pengeluaran yang akan dikeluarkan untuk membuat produk tersebut sekitar 8.900 ribu rupiah, karena bahan baku dasar yang kita gunakan di ambil langsung dari petani, maka biaya untuk produksi dapat diminimalisir.

Analisis Keuntungan

- Jika harga jual produk = 15.000 ribu rupiah
- 1 bulan jika terjual semua = 15.000 x 2700 = 40.500.000 juta rupiah
- Keuntungan bersih = Rp 40.500.000 – Rp 24.031.175 = Rp 16.468.825.

1.4. ANALISIS SWOT PRODUK dan PRODUK PESAING

KEUNGGULAN	KELEMAHAN
<ul style="list-style-type: none"> • Sumberdaya tersedia di Desa Sipituhuta • Produksi dapat dilakukan langsung oleh para petani • Kesegaran terjaga • Tidak mengambil bahan baku dari pemasok lain 	<ul style="list-style-type: none"> • Di produksi oleh orang-orang yang tidak begitu terampil di bidang pembuatan aroma terapi • Pengetahuan tentang aroma terapi minim
PELUANG	ANCAMAN
<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki khasiat yang berlimpah yang dapat menarik pembeli • Dapat bekerja sama dengan industri aroma terapi 	<ul style="list-style-type: none"> • Pesaing dengan design packaging yang lebih menarik • Para petani tidak begitu tertarik untuk keluar dari zona nyaman

■ ANALISIS PRODUK PESAING

Dewasa ini, para produsen aroma terapi telah banyak menciptakan produk aroma terapi yang semakin beragam, dengan alat yang semakin canggih dan unik, akan sulit untuk aroma terapi ini bersaing, namun dengan produk yang unik para pesaing menjual produk tersebut dengan harga yang sangat mahal dan tidak sedikit yang tidak mampu membeli produk tersebut karena harganya yang mahal. Para pesaing menetapkan harga yang terbilang tinggi karena proses produksi yang memakan cukup banyak biaya seperti untuk membeli bahan baku ke pemasok karena mereka tidak menanam sendiri bahan bakunya. Biaya yang dikeluarkan cukup besar karena untuk membuat aroma terapi, tidak hanya menggunakan satu bahan baku saja, namun beragam dan harga dari setiap bahan bakunya pun beragam. Hal ini menyebabkan pesaing harus menetapkan harga yang cukup tinggi untuk produk mereka.

1.5. SALURAN DISTRIBUSI

WILAYAH PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI YANG DIRENCANAKAN

1. Wilayah Pemasaran Lokal 35%
 Regional 15%
 Nasional 50%
 Ekspor 20%

2. Jalur Distribusi Individu Retailer
 Industri Eksportir
 Lain – Lain

2. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

■ STRATEGI PRODUKSI

Proses produksi agar dapat menjadi aroma terapi tidak membutuhkan waktu yang lama, dalam sehari dapat memproduksi 100 toples aroma terapi. Dalam memproduksi aroma terapi Kopi Kemenyan bahan yang digunakan yaitu Kemenyan, Kopi, dan Garam Laut. Prosesnya yaitu kemenyan dan kopi yang sudah dipetik lalu dikeringkan, pada proses pengeringan ini membutuhkan waktu yang hampir seharian karena masih ketergantungan terhadap sinar matahari. Setelah dikering lalu kemenyan dan kopi ditumbuk hingga hancur, setelah hancur barulah dicampur dengan garam laut dan dimasukkan ke toples. Dalam memproduksi aroma terapi ini kami masih menggunakan alat-alat tradisional selain untuk mengurangi biaya produksi, alat-alat yang digunakan untuk menjaga kualitas aroma terapinya sendiri.

■ STRATEGI KEUANGAN

Pendapatan yang didapatkan dari hasil penjualan produk akan di bagi 3 dengan persentase 30:30:40, dengan 30% akan diberikan kepada para tengkulak untuk melunasi utang-utang lalu 30% lagi untuk pemasukan para petani dan 40% dari hasil pendapatan akan dijadikan biaya untuk modal produksi batch berikutnya dan operasional cost lainnya.

Akan dibuat anggaran tiap bulannya dan juga pencatatan keuangan. Pencatatan secara terperinci mencakup berbagai pengeluaran, pemasukan, utang, dan piutang. Dengan adanya anggaran tersebut, perusahaan dapat

memastikan pengeluaran rutinnya dan bisa memproyeksi kondisi finansial perusahaan di masa mendatang. Hal ini penting sebagai dasar pengelolaan pendapatan usaha. Pencatatan dilakukan agar terlihat biaya-biaya apa saja yang dibutuhkan, pencatatan juga dapat dipakai untuk *forecasting* biaya kedepannya.

Strategi keuangan mencakup adanya neraca, laporan laba rugi dan laporan aliran kas, untuk menghindari masalah finansial nanti kedepannya, strategi ini harus dilakukan.

3. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

3.1. DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN SEKITAR

Dampak Positif Bagi Lingkungan dan Masyarakat :

1. Masyarakat mendapatkan pendapatan tambahan
2. Hasil panen bisa dijual ke pasar dan tidak di berikan kepada tengkulak
3. Hasil panen dapat dialokasikan menjadi sebuah produk dan tidak mubazir
4. Desa Sipituhuta menjadi dikenal

Dampak Negatif Bagi Lingkungan Dan Masyarakat :

1. Pendapatan hasil panen harus diberikan kepada tengkulak
2. Kemenyan tidak gampang untuk di panen, dan akan habis pada akhirnya jika terus dipetik
3. Eksploitasi kebun kopi dan kemenyan
4. Peternakan tidak diperhatikan hanya pertaniannya saja

3.2. ANALISIS RESIKO USAHA

Resiko yang akan dihadapi adalah perubahan cuaca yang tidak menentu dapat merusak panen dan memundurkan panen. Dan untuk memanen kemenyan tidaklah gampang, banyak ritual-ritual yang harus dilakukan agar hasil panen bagus. Hal ini dapat menghambat pembuatan aroma terapi jika bahan dasar tidak terpanen dengan baik. Masalah ini akan membuat pesaing memiliki kendali atas pasar dan akan menyulitkan penjualan untuk kedepannya. Dengan tidak berhasilnya panen maka para petani harus mengulang kembali panen mereka dari awal, dan hal tersebut jelas membutuhkan biaya, untuk mendapatkan biaya tersebut pada akhirnya para petani harus kembali meminjam uang dan

memberikan hasil panen mereka kepada para tengkulak. Selain itu banyak dari masyarakat yang mengira bahwa kemenyan merupakan bahan yang digunakan untuk sembahyang ataupun untuk ritual-ritual tertentu. Tentu harus memberikan pengetahuan kepada masyarakat agar dapat menyukai aroma terapi dari kemenyan ini.

3.3. ANTISIPASI RESIKO USAHA

Sebelum menjadi aroma terapi, bahan yang digunakan seperti kemenyan dan kopi harus dikeringkan terlebih dahulu dengan cara dijemur dibawah sinar matahari. Tetapi cuaca terkadang tidak menentu, jadi mungkin saja kemenyan dan kopi tidak dapat dikeringkan karena tidak adanya sinar matahari yang cukup, hal itu dapat mempengaruhi proses produksi. Untuk mengantisipasi hal tersebut, maka kami akan menggunakan mesin pengering agar dapat mengeringkan kopi dan kemenyan dan melanjutkan proses produksi. Tetapi hal itu akan menambah biaya produksi yang telah ditetapkan sebelumnya. Mesin tersebut akan diperkenalkan dengan para pekerja yang bekerja membuat aroma terapi agar dapat mengoperasikannya. Mesin pengering kopi tersebut digunakan hanya dalam keadaan darurat saja, contohnya jika keadaan cuaca tidak menentu dan jika terdapat banyak sekali pesanan sehingga tidak ada cukup tempat untuk mengeringkan kopi dan kemenyan.

LAMPIRAN. FOTO INOVASI PRODUK/JASA



Contoh Rencana Bisnis Desa Sipituhuta "Desa Wisata Sipituhuta"

Disusun oleh

Fabianus Briandityo¹

Fajri Frizarditya²

Exceldyo Sumantri³

Muhammad Rifqi Fadhila⁴

1. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

1.1. GAMBARAN KONDISI PASAR/KEBUTUHAN PASAR

Kondisi pasar:

- Jumlah wisatawan danau toba (lokal dan asing) mencapai 381.649 orang pada 2018.
- Letak geografis desa cukup dekat dengan tempat wisata danau toba, dengan waktu tempuh 1.5 jam bila ditempuh menggunakan jalur darat.
- Sebagian besar keluarga di Desa Sipituhuta dengan penghasilan di bawah 1,5 juta rupiah (Rp500-Rp600 ribu / bulan)menjelaskan bahwa pendapatan mereka masih berada di bawah UMK Kabupaten Humbang Hasundutan.
- Desa Sipituhuta mampu memproduksi 20,34 ton kopi dan 1,85 ton kemenyan.
- Sebanyak 45% kopi yang diproduksi Desa Sipituhuta masih dijual kepada tengkulak.
- Sebanyak 93% kemenyan yang diproduksi di Desa Sipituhuta bahkan masih dijual melalui tengkulak.
- Mayoritas warga desa (337 Orang) memiliki pekerjaan sebagai petani. Gambaran ini tentu menjadi indikasi awal bahwa sektor pertanian strategis untuk dikembangkan di Desa Sipituhuta karena sebagian besar penduduk menggantungkan hidup dari aktivitas pertanian.

1.2. PRODUK/JASA YANG DIHASILKAN

Desa Wisata Sipituhuta merupakan salah satu pusat wahana rekreasi dan pengetahuan keluarga serta pelestarian kopi, khususnya jenis kopi lokal sipituhuta yang dikumpulkan dari seluruh petani kopi desa, sekaligus merupakan tempat penelitian budidaya (*agronomi*), pemuliaan (*breeding*) dan perbanyak bibit unggul untuk kemudian diolah agar dapat dinikmati langsung oleh masyarakat umum.

Desa wisata Sipituhuta bertujuan menciptakan alternatif liburan keluarga dengan pengalaman bertani kopi mulai dari memetik sampai membawa pengunjung untuk menikmati hasil kopinya sendiri. Desa ini menawarkan homestay yang dikelola oleh warga desa, *cafe*, *coffee learning*, wisata *selfie*, *outbond*, fotografer selama di desa, dan oleh-oleh khas dari Desa Sipituhuta.

1.2.1. KEUNGGULAN YANG DIMILIKI

1. **Originalitas.**

Merupakan desa wisata pertama yang ada di sipituhuta yang menawarkan pengalaman menginap dan belajar mengenai kopi bersama warga sekitar.

2. **Relevansi.**

Meningkatnya jumlah peminat kopi dan profesi barista di Indonesia membuka peluang bagi desa ini untuk mereka yang ingin belajar mengenai kopi dengan pengalaman yang berbeda.

3. **Marketable.**

Desa ini sangat berpotensi secara komersil dikarenakan menawarkan pengalaman bagi para penikmat dan penggiat kopi. Dari segi demografis lokasi desa ini tidak terlalu jauh dengan tempat wisata lain seperti Danau Toba, sehingga sangat memungkinkan untuk menawarkannya kepada wisatawan yang berkunjung ke danau toba dan sekitarnya.

4. **User Friendly.**

Lokasinya tidak terlalu jauh dengan Danau toba sehingga akses menuju desa tersebut tergolong mudah dijangkau menggunakan jalur darat. Praktis karena desa ini menawarkan beberapa paket wisata yang bisa dipilih pengunjung dan reservasi secara online

5. Efisien.

Desa Wisata ini memanfaatkan perkebunan kopi yang ada dan sumber daya manusia dari warga lokal tanpa merubah matapencaharian warga desa Sipituhuta.

6. Kompetitif.

Pendekatan pariwisata yang berbeda menjadi daya saing tersendiri. Dengan konsep desa wisata diharapkan mampu menjadi alternatif wisata selain wisata alam.

7. Up to Date.

Karena trend kopi dan alternatif liburan ke desa sedang naik di kalangan masyarakat.

8. Available.

Pemberdayaan SDA dan SDM yang ada di Desa Sipituhuta

9. Sustainable (mempunyai fungsi jangka panjang)

10. Ramah lingkungan.

menggunakan potensi SDA yang ada di desa, sovenir mug yang dijual juga berasal dari limbah kopi

1.2.2. TARGET PASAR

Target pasar yang menjadi sasaran kami adalah

1. Wisatawan Lokal atau Domestik
 2. Wisatawan Mancanegara
 3. Perusahaan (khususnya perusahaan di industri kopi)
 4. Sekolah dan Universitas
- Untuk kelompok wisatawan, kami akan lebih menekankan kepada wisatawan yang memiliki antusias terhadap perkembangan kopi.
 - Untuk kelompok Perusahaan, Desa Wisata Sipituhuta dapat menjadi tempat untuk pelatihan dan pengembangan pegawai, maupun kegiatan outing perusahaan.
 - Untuk kelompok Sekolah dan Universitas, Desa Wisata Sipituhuta dapat

menjadi sarana pembelajaran di lapangan dan wisata Sekolah/Universitas.

1.3 TARGET PENJUALAN

1.3.1. STRATEGI PEMASARAN

- *Word of mouth*
- Mendaftarkan wisata di *website* atau media yg memuat mengenai travel seperti indonesia *tourism exchange* (itx.co.id), Asosiasi Desa Wisata Indonesia (ASIDEWI.id).
- Menargetkan orang atau keluarga yang ingin pergi berliburan di Sumatra Utara.
- Pemanfaatan sosial media facebook dan instagram (@exploresumaterautara).
- Menyebarkan *flyer* di sekitar lokasi wisata Danau Toba.
- Menawarkan secara personal kepada para penikmat dan penggiat kopi melalui jejaring komunitas yang ada.
- Membangun hubungan berkelanjutan dengan konsumen / *call center*.

■ PENGEMBANGAN WILAYAH PEMASARAN

- a. Memelihara hubungan dengan konsumen
- b. Kegiatan promosi ke turis turis mancanegara

■ KEGIATAN PROMOSI

- Mendaftarkan wisata ke website yang berhubungan dengan travel
- Menawarkan destinasi wisata melalui iklan di *Youtube*.
- Memberikan diskon untuk wisatawan yang sedang pertama kali berkunjung ke Desa Sipituhuta.
- Bekerja sama dengan pihak travel agar para pengunjung dapat berkunjung tanpa susah payah.

■ STRATEGI PENETAPAN HARGA

Kita akan memakai strategi *replacement cost*, yaitu penetapan harga sesuai dengan biaya yg sudah dikeluarkan. Jika total biaya 500 juta dan kita menetapkan target untuk *return* 5 tahun maka harga tinggal dihitung

2.3.2. ESTIMASI PENCAPAIAN

Jika investasi dilakukan sebesar 200 juta dan target konsumen perbulannya adalah 50 orang, maka hasil investasi tersebut bisa balik hanya dalam 2 tahun. Itupun jika konsumen membeli paket yg seharga 300ribu.

1.4. ANALISIS SWOT PRODUK dan PRODUK PESAING

KEUNGGULAN	KELEMAHAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Merupakan satu-satunya desa wisata yang bertema kopi di daerah sekitaran danau toba. 2. Menawarkan tempat wisata sekaligus tempat pembelajaran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nama Desa Sipituhuta yang belum banyak dikenal 2. Membutuhkan investasi yg besar
PELUANG	ANCAMAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pendapatan warga desa sipituhuta. 2. Meningkatkan pengetahuan warga desa tentang pariwisata. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bencana Alam 2. Kebun kopi gagal panen 3. Hama yang membuat kualitas kopi buruk

■ ANALISIS PRODUK PESAING

Di Provinsi Sumatera Utara terdapat 3 Desa Wisata, yaitu :

1. Desa Wisata Tuktuk Siadong
Desa ini menawarkan wisata dengan kebudayaan Batak. Tema tradisional kebudayaan Batak menjadi daya tarik di Desa Wisata ini. Di Desa ini juga sudah terdapat beberapa hotel, losmen, restoran, dan cafe.
2. Desa Budaya Dokan
Desa ini mengandalkan kebudayaan tradisional Karo. Desa Budaya ini usianya telah mencapai ratusan tahun.
3. Desa Wisata Jangga
Desa Wisata ini juga mengandalkan kebudayaan Batak. Desa ini menawarkan rumah adat, kegiatan tradisi, dan pertunjukan tarian adat Batak.

1.5. SALURAN DISTRIBUSI

WILAYAH PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI YANG DIRENCANAKAN

1. Wilayah Pemasaran Lokal 30%
 Regional 30%
 Nasional 30%
 Ekspor 10%

2. Jalur Distribusi Individu
 Industri
 Pemerintah

2. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

■ STRATEGI PRODUKSI

Produksi akan dibagi dalam beberapa tahap:

1. Sosialisasi: Sosialisasi kepada seluruh elemen masyarakat Desa Sipituhuta bahwa akan dibangun Desa Wisata yang juga akan dikelola oleh masyarakat dan hasilnya juga untuk masyarakat Desa guna semakin mendukung potensi pertanian yang ada.
2. Pembangunan: Masyarakat dibantu dengan seseorang yang ahli dalam tata pengelolaan desa wisata akan membangun infrastruktur-infrastruktur penting guna menunjang fasilitas desa. Pembangunan ini meliputi pembangunan jembatan penyebrangan, perbaikan jalan, gapura, wc umum, villa-villa sederhana, cafe, dan juga ruang produksi kopi serta dekorasi-dekorasi desa seperti tempat selfie, photobooth, arena berma
3. Pelatihan: Pelatihan keterampilan khusus sesuai standar pariwisata desa wisata, *hospitality*, dan juga keterampilan seperti memasak, fotografi, pembukuan dll.
4. Pengembangan : Pengembangan ini dilakukan mulai dari pelatihan hingga aspek-aspek bisnis seperti pemasaran, produksi, keuangan dan aspek-aspek lain guna meningkatkan pendapatan bagi masyarakat desa.

■ STRATEGI KEUANGAN

Pembangunan desa wisata ini akan membutuhkan biaya yang cukup besar, sehingga pembangunan ini akan melibatkan investor dalam sumber pendanaannya. Hasil dari keuntungan yang didapatkan akan dibagikan sesuai persentase investasi dan sebagian akan digunakan untuk mengembangkan desa sebagai upaya meningkatkan kondisi ekonomi Desa Sipituhuta.

3. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

3.1. DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN SEKITAR

Menurut kelompok kami dampak positif terhadap masyarakat adalah meningkatnya kesejahteraan masyarakat dalam segi ekonomi melalui pendapatan, karena desa wisata ini langsung dikelola oleh warga desa sipituhuta, selain meningkatnya pendapatan warga juga bisa semakin peduli dan yakin akan potensi yang dimiliki desa mereka, dan warga dapat belajar untuk mengembangkan potensi desa mereka yaitu pertanian khususnya kebun kopi secara langsung.

Dampak negatif yang bisa dihasilkan yaitu apabila terjadi gagal panen dan jumlah wisatawan yang berkunjung berkurang secara signifikan warga desa akan mengalami kerugian berupa materi/uang.

3.2. ANALISIS RESIKO USAHA

Menurut kelompok kami ada beberapa resiko dalam membuat usaha ini, yaitu:

1. Kerugian materi apabila terjadi gagal panen.
2. Sedikitnya pengunjung desa wisata.
3. Adanya kecurangan dari beberapa pihak misalnya, korupsi.

3.3. ANTISIPASI RESIKO USAHA

Menurut kelompok kami dalam mengantisipasi resiko usaha ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Edukasi yang baik tentang tanaman kopi, agar petani lokal dapat mendapatkan hasil panen yang berkualitas.

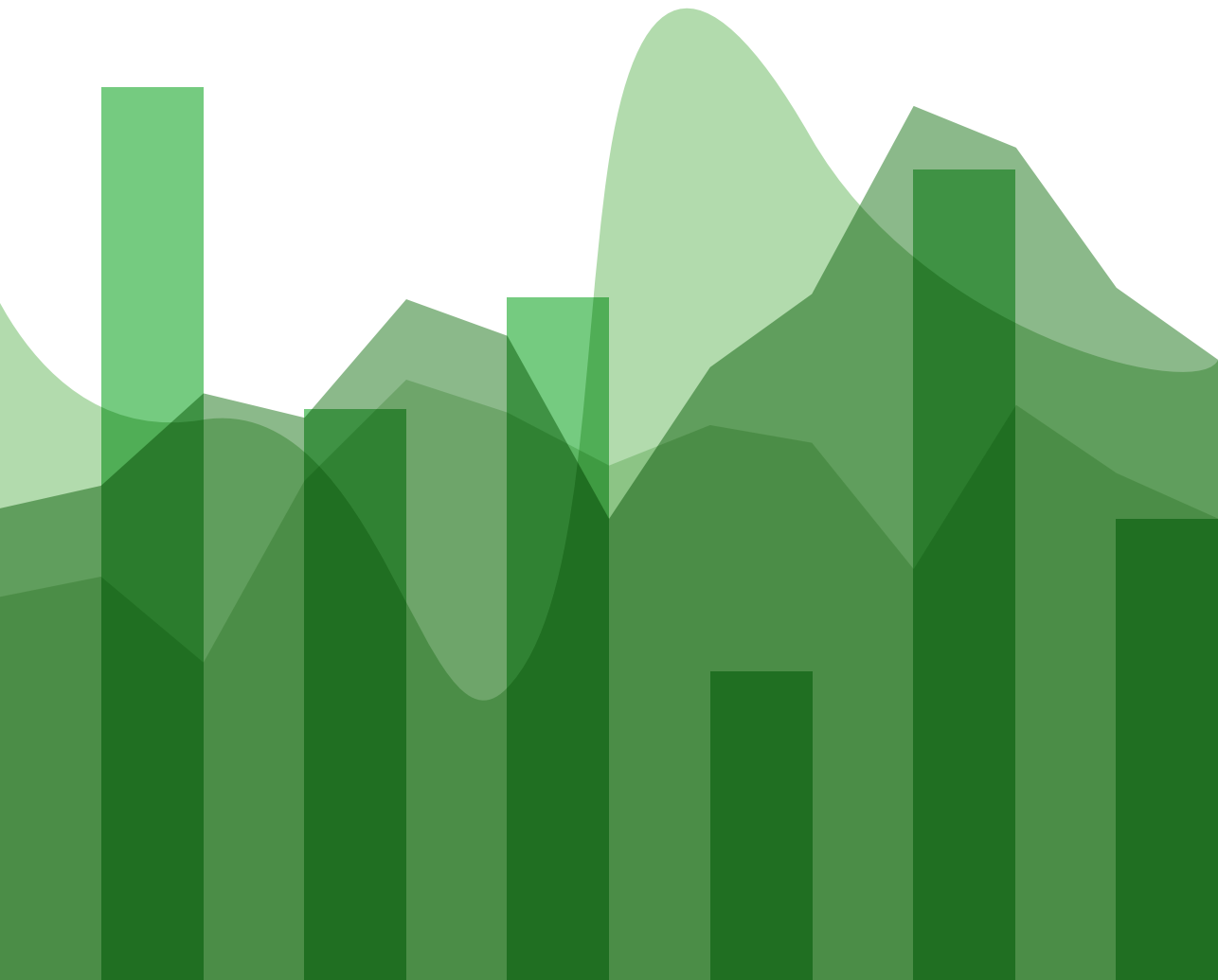
2. Edukasi tentang pariwisata, agar para warga desa yang mengelola desa wisata ini dapat mengetahui berbagai macam soal desa wisata, mulai dari cara mengelola, merawat, dan mengembangkan agar desa wisata sipituhuta bisa berjalan dengan baik dan juga bertahan lama.

LAMPIRAN. FOTO INOVASI PRODUK/JASA



DESA

SIMANGARONSANG



Desa Simangaronsang dalam Fakta dan Angka: Analisa Data dan Potensi Desa dalam Program Pembangunan dan Pengembangan Potensi Desa

Theresia Gunawan

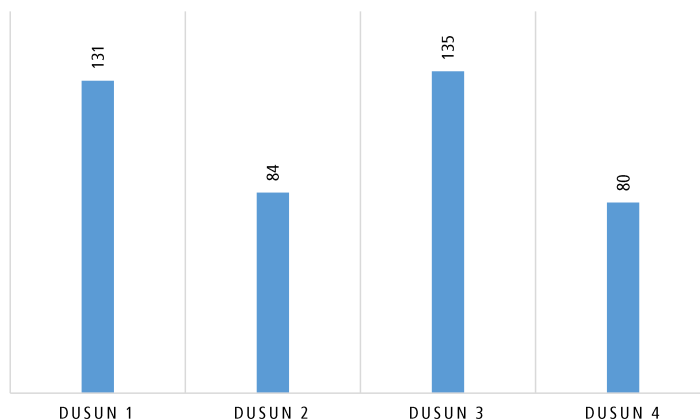
A. Demografi Desa Simangaronsang

Desa Simangaronsang merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan, provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

Mayoritas suku yang ada di Desa Simangaronsang adalah suku Batak, oleh karena itu warga menggunakan sistem marga sebagai nama keluarga. Desa Simangaronsang juga terkenal sebagai salah satu Desa penghasil kopi di kabupaten Humbang Hasundutan. Desa Simangaronsang memiliki jumlah penduduk sebanyak 2135 jiwa yang terdiri dari 421 KK dan tersebar di empat Dusun, yaitu Dusun 1, Dusun 2, Dusun 3 dan Dusun 4.

1. Jumlah Kepala Keluarga Desa Simangaronsang

Jumlah KK dari penduduk desa Simangaronsang yang ada di Dusun Satu yang terdiri dari 131 Kepala Keluarga (KK) yang kemudian diikuti oleh Dusun Dua (84KK), Dusun Tiga (135 KK) dan Dusun Empat (80 KK). Dalam penelitian ini , jumlah data yang terkumpul berasal



Grafik 1.
Jumlah Kepala Keluarga
Per Dusun di Desa
Simangaronsang

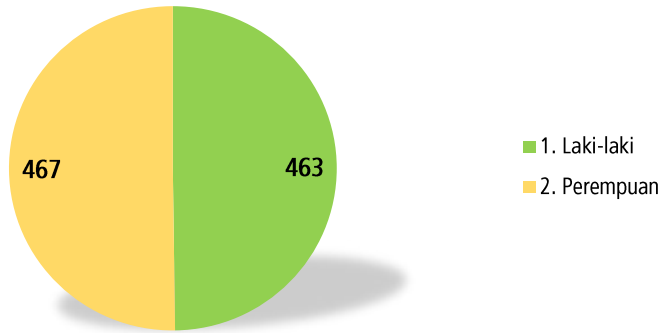
dari 169 jumlah KK dengan lebih kurang 936 penduduk. Desa Simangaronsang termasuk klasifikasi desa kecil biasanya ditinggali sekitar lebih kurang 800 – 1.600 orang penduduk (Berdesa, 2018) . Jumlah penduduk Desa Simangaronsang merupakan asset desa sebagai sumber daya yang dapat diasah menjadi sumber daya manusia yang berkualitas.

Jumlah kepadatan penduduk biasanya terkait erat dengan kemampuan wilayah tersebut untuk mendukung penghidupan penduduknya. Kondisi dari daya dukung lingkungan (potensi sumber daya, luas daerah, lapangan pekerjaan) dari berbagai desa dan dusun di Indonesia tidak sama sehingga jumlah penduduk di tiap daerah pun tidak merata. Beberapa hal lain yang dapat menyebabkan sebaran penduduk tidak merata adalah faktor kelahiran, kematian, dan perpindahan penduduk yang tidak merata.

2. Desa Simangaronsang Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari data diatas ditemukan bahwa jumlah laki-laki dan perempuan di desa Mangaronsang cukup berimbang yaitu ada 467 laki-laki dan 463 perempuan. Hal ini sesuai dengan hasil prediksi bahwa jumlah selisih laki-laki dan perempuan di dunia ini akan selalu mengarah pada keseimbangan jumlah (Edwards, 1998). Berdasarkan proyeksi pertumbuhan penduduk Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Badan Pusat Statistik dan United Nations Population Fund jumlah penduduk Indonesia pada 2018 mencapai 265 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, sebanyak 131,88 juta jiwa (lebih kurang setengahnya) berjenis kelamin perempuan. Hal ini juga sejalan dengan "Fisher's principle" bahwa perbandingan antara jumlah jenis kelamin makhluk hidup akan terus mencari keadaan yang seimbang, karena manusia secara natural akan menyesuaikan diri dengan keadaan sehingga terjadi keseimbangan di dunia ini (Edwards, 1998).

Implikasi dari perimbangan jumlah jenis kelamin pria dan wanita, pemerintah desa diharapkan dapat meningkatkan keseimbangan keterwakilan gender dalam anggota Badan Permusyawaratan Desa dan organisasi kemasyarakatan lainnya sehingga pemerintah dapat menampung aspirasi-aspirasi masyarakat desa dan membuat program-program yang dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat desa dari perspektif gender. Pada faktanya, alokasi dana desa yang ada belum signifikan meningkatkan ruang pemberdayaan bagi kaum perempuan padahal sebagian besar UMKM di desa-desa di Indonesia digerakkan oleh para wanita (sembari mengurus anak dan suami sambil mencari penghasilan tambahan (Sunanto, Gunawan, Gunawan, & Van Dijk, 2017). Peningkatan kualitas sumberdaya perempuan secara tidak langsung akan meningkatkan kesejahteraan dalam keluarga dan

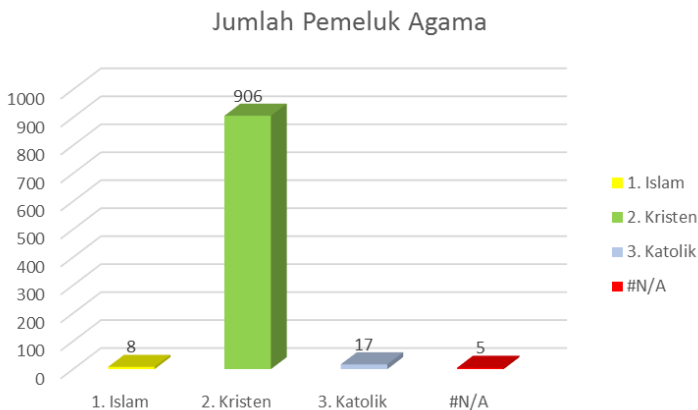


Grafik 2.
Jumlah Laki-Laki dan Perempuan di Desa Simangaronsang

komunitas yang lebih luas karena para wanita juga memiliki kemampuan untuk konsolidasi yang kuat dalam keluarga maupun dalam kegiatan yang melibatkan komunitas mereka (Aryadji, 2017; Sunanto, et al 2017)). Oleh karena itu semangat pembangunan di desa seyogyanya tidak mengabaikan potensi yang dimiliki oleh kaum perempuan.

3. Agama Yang Dianut Oleh Penduduk Desa Simangaronsang

Secara mayoritas penduduk Desa Simangaronsang menganut agama Kristen, yaitu 906 orang kemudian diikuti dengan agama Katolik sebanyak 17 orang. Walaupun Kristen adalah agama mayoritas namun para pemeluk agama di Desa haruslah senantiasa mengedepankan tolong-menolong, berpikir yang inklusif, musyawarah, toleransi dan keterbukaan antar pemeluk agama dan ras. Dalam hal ini pemerintah dapat mengupayakan



Grafik 3.
Agama Yang Dianut Oleh Penduduk Desa Simangaronsang

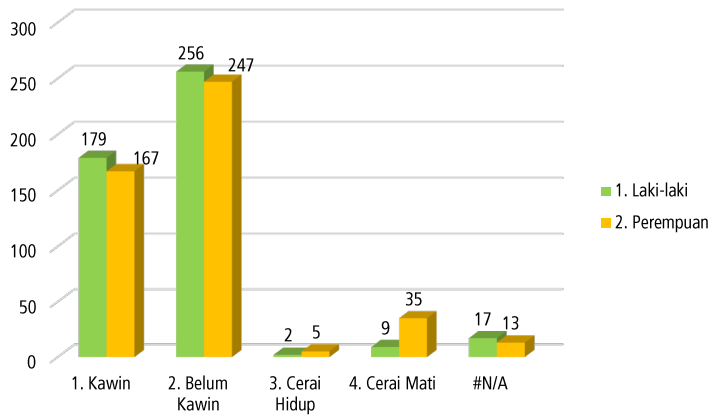
penanaman nilai-nilai kebersamaan, saling menghormati, toleransi, inklusifisme, kerukunan antar umat beragama melalui pendidikan yang perlu di ajarkan dari sejak dini. Pendidikan yang di tanamkan kepada anak-anak akan menjadi suatu pola pikir yang kuat sehingga menjadi sebuah nilai yang tidak mudah pudar.

Dengan paparan fakta terkait dengan jumlah pemeluk agama, pemerintah dapat bekerja sama dengan para pemuka agama untuk mensosialisasikan kebijakan-kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah dan mempersuasi anggota pemeluk agama melalui kegiatan-kegiatan keagamaan. Para tokoh agama memiliki peranan yang cukup besar dalam mempengaruhi pola pikir masyarakat karena tokoh agama merupakan tokoh yang dianggap sebagai panutan di komunitasnya. Dari beberapa hasil riset yang dilakukan di desa-desa unggul seperti desa Kanonang Dua, desa Mengwi, desa Leu, desa Boru Kedang, desa Nita keberhasilan desa tidak lepas dari keberhasilan dari pemimpin desa untuk merangkul dan bekerja sama dengan pemuka agama.

4. Status pernikahan dan jenis kelamin

Dari data dibawah ini dapat diketahui bahwa jumlah penduduk yang sudah menikah sebesar 348 orang dan jumlah penduduk yang belum menikah sebesar 507 penduduk, sisanya adalah cerai dan tidak terdata. Jumlah penduduk yang masih belum menikah dapat dikatakan cukup tinggi, dan mayoritas penduduk yang belum menikah adalah anak-anak dan remaja. Hal ini diperkuat oleh pengecekan data bahwa mayoritas penduduk yang belum kawin, mereka belum memiliki penghasilan dan dari segi pendidikan: masih belum sekolah, SD, SMP dan SMA. Jumlah penduduk muda yang yang besar ini merupakan bonus demografi (pada saat mereka memasuki masa usia produktif). Tentunya calon penduduk usia produktif ini harus memiliki pengetahuan dan kemampuan yang memadai sehingga dapat menjadi sumber daya manusia yang unggul dan mandiri. Namun jika generasi ini tidak diperlengkapi dengan baik, maka daya saing mereka akan rendah dan efek panjangnya adalah bertambahnya jumlah pengangguran. Beberapa contoh bentuk kegiatan yang dapat di diusung dalam kegiatan kepemudaan di desa seperti: kegiatan olah raga, kegiatan belajar Informasi dan Teknologi, kegiatan sosial, kegiatan keagamaan, kegiatan belajar Bahasa Asing, ketrampilan otomotif, memasak dan lain sebagainya. Generasi muda adalah harapan bangsa dan keberhasilan pembangunan haruslah dilanjutkan oleh generasi muda sebagai tonggak penerus bangsa. Oleh karena itu, mendidik dan membimbing kaum muda yang sehat dan berkualitas berarti mempersiapkan masa depan bangsa yang berkualitas.

Hal yang menarik juga adalah, pemeluk agama Kristen di desa Simangaronsang dapat dikatakan masih memegang teguh nilai-nilai Kekristenan seperti nilai pernikahan monogami dan mentabukan perceraian dalam keluarga. Seperti dilihat pada table Status perkawinan bahwa tingkat perceraian dalam kondisi hidup sangat sedikit yakni hanya 7 orang saja. Nilai-nilai agama yang dianut juga turut mempengaruhi pola pikir dan pola hidup masyarakatnya.

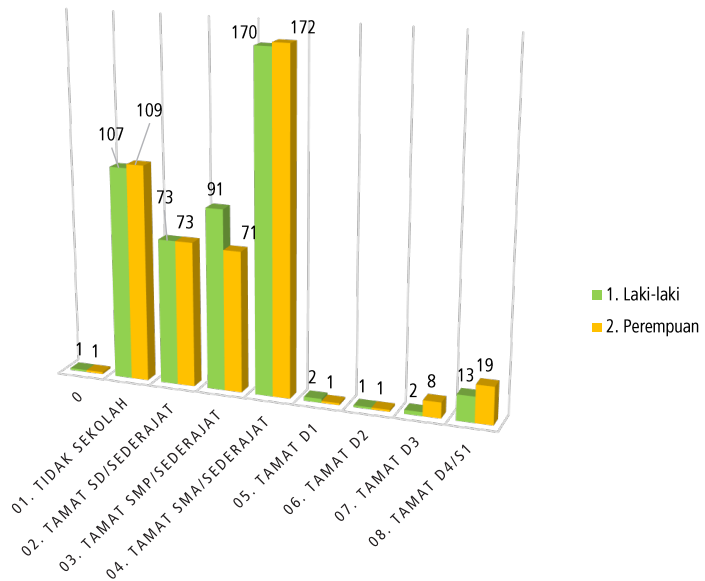


Grafik 4.
Status Pernikahan dan Jenis Kelamin

5. Pendidikan dan Jenis Kelamin

Dari aspek pendidikan dapat dikatakan bahwa kesadaran masyarakat untuk menyekolahkan anak laki-laki dan anak perempuan di Desa Simangaronsang sudah sangat baik, terlihat bahwa tidak ada perbedaan kesempatan untuk belajar untuk anak laki-laki dan anak perempuan. Hal ini terlihat bukan hanya pada tingkat pendidikan dasar namun juga sampai di perguruan tinggi bahwa angka kesempatan pendidikan terlihat seimbang. Penduduk Simangaronsang secara umum memiliki pendidikan tertinggi pada tingkat SMA dan sederajat yaitu ada sekitar 170 laki-laki dan 172 perempuan. Dari grafik tersebut terlihat bahwa jumlah penduduk yang lulus dari Perguruan Tinggi masih sedikit.

Perkembangan dan perubahan lingkungan, teknologi dan informasi yang begitu pesat membuat persaingan pada masa industri sekarang ini menjadi semakin ketat. Untuk dapat bertahan dan bersaing dalam persaingan yang ketat ini, sumberdaya manusia yang ada dituntut untuk memiliki ketrampilan, pendidikan dan pengetahuan yang lebih tinggi dibanding tahun-tahun sebelumnya. Kendati demikian, masih belum banyak warga Desa yang memiliki kesempatan untuk menempuh pendidikan di perguruan tinggi.



Grafik 5.
Pendidikan dan Jenis Kelamin

Untuk mendorong warga desa melanjutkan pendidikannya di perguruan tinggi, kebijakan Desa Boru Kedang di Flores dapat menginspirasi Desa Simangaronsang dan desa-desa lainnya di Indonesia. Desa Boru Kedang mengalokasikan anggaran Dana Desa ke dalam bentuk dana beasiswa sebesar 100 juta pertahun yang dapat diakses oleh siswa-siswa yang ingin menempuh studi lanjut S1 dan S2. Saat ini Desa Boru Kedang sudah menyekolahkan lebih kurang 15 mahasiswa S1 dan 1 mahasiswa S2, dan hal ini sudah dilakukan secara konsisten selama beberapa tahun terakhir. Desa Boru Kedang memiliki cita-cita bahwa ke depan Desa Boru Kedang akan memiliki 1 sarjana dalam 1 KK.

Selain itu, untuk menekan dan mengurangi angka pengangguran, pemerintah Desa juga dapat mendirikan pendidikan vokasional (sekolah kejuruan dengan keahlian tertentu) sehingga lulusannya dapat menjadi tenaga kerja yang dapat diserap dengan baik oleh kebutuhan pasar.

6. Tingkat Pendidikan dan Jenis Pekerjaan

Tabel 1. dibawah ini menunjukkan bahwa profesi mayoritas dari penduduk desa Simangaronsang adalah petani (323); pelajar (279); belum bekerja (86); pengusaha (85); buruh migran (28) dan karyawan (26). Mayoritas penduduk Desa Simangaronsang memiliki

ijazah SMA dan profesinya adalah petani (139); pengusaha (59), pelajar (38), buruh migran (220), karyawan (17) dan Aparat Sipil Negara (27). Jumlah masyarakat yang memiliki ijazah S1 adalah mereka yang memiliki profesi sebagai Aparat Sipil Negara (10 orang), profesi guru (8 orang), karyawan swasta (3 orang), pengusaha (5 orang) dan lainnya.

Tabel 1. Tingkat Pendidikan dan Jenis Pekerjaan

Row Labels	Tidak Sekolah	Tamat SD/ Sederajat	Tamat SMP/ Sederajat	Tamat SMA/ Sederajat	Tamat D1	Tamat D2	Tamat D3	Tamat D4/S1	#N/A	Grand Total
01. Petani	35	60	87	139			2			323
02. Buruh Tani		2	2	2						6
03. Buruh Migran		2	2	22			1		1	28
04. ASN (PNS/PPPK)			1	27	1		2	10		41
05. Karyawan		2	1	17	1	1	1	3		26
06. Pengrajin				1						1
10. Montir		1		1						2
13. Bidan							3			3
17. Pengusaha/ Wiraswasta	3	4	10	59			2	5	2	85
18. Guru				2				8		10
31. Buruh Harian Lepas			2	12						14
32. Belum Bekerja	50	5	8	18			1	3	1	86
33. Pelajar	114	64	50	38					13	279
34. Mengurus Rumah Tangga		1	1	9		1				12
36. Lainnya, ...				3				1		4
#N/A	14	6	2	10	1			2		35
Grand Total	216	147	167	342	3	2	10	32	17	955

Dengan kondisi profesi masyarakat yang mayoritas petani, dapat kita lihat bahwa sektor pertanian masih menjadi tulang punggung perekonomian bagi Desa Simangaronsang pada saat ini dan bahkan untuk masa yang akan datang. Untuk itu, pemerintah Desa

Simangaronsang dapat membuat program-program dan mengalokasikan anggaran pemberdayaan masyarakat untuk peningkatan kapasitas para petani. Seperti, menerapkan inovasi teknologi budidaya pertanian, meningkatkan kerjasama dengan rantai nilai pertanian baik itu dari hulu ke hilir seperti teknis pengolahan tanah, pengairan, pembibitan, pemupukan, pemberantasan hama dan penyakit, pengolahan pasca panen. Selain itu juga kemampuan manajemen bisnis petani juga dapat di tingkatkan dengan memberikan pelatihan terkait dengan pemasaran produk, negosiasi dan pengelolaan keuangan. Program peningkatan kemampuan kewirausahaan juga menjadi salah satu aspek utama yang perlu ditingkatkan seiring dengan kebutuhan sumberdaya manusia yang dapat mengembangkan potensi dan inovasi yang ada di desa.

7. Kepemilikan dan Penggunaan Jamban

Dari grafik dibawah ini terlihat bahwa masyarakat Desa Simangaronsang sudah memiliki Jamban yang permanen 138 KK. Namun masih ada 28 KK yang secara spesifik tidak memiliki jamban. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa Desa Simangaronsang belum sepenuhnya bebas dari Open Defecation Free (ODF) atau Setop Buang Air Sembarangan (SBS)

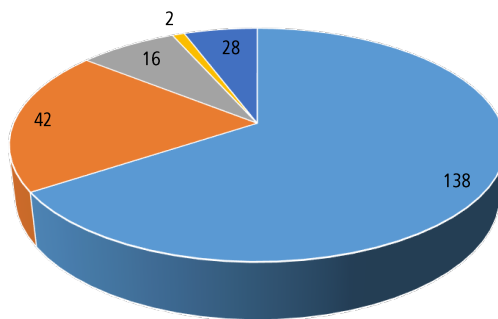
Saat ini pemerintah Indonesia masih menghadapi tantangan untuk menuntaskan target Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019 yang menetapkan targetnya 100% stop buang air besar sembarangan (SBS). Menurut Depkes, pada tahun 2015 masih terdapat sebanyak 34 juta penduduk desa masih melakukan praktik buang air besar sembarangan. Untuk itu, diperlukan percepatan untuk mencapai target Indonesia stop buang air besar sembarangan secara total pada tahun 2019 (Depkes, 2016).

Pemerintah Desa sebaiknya memprioritaskan program stop buang air besar sembarangan (SBS) dan menuntaskan masalah buang air besar sembarangan pada tahun 2019 agar Desa Simangaronsang dapat menjadi desa ODF dan pembangunan ke depan dapat fokus untuk mengerjakan prioritas lain selain masalah mandi, cuci dan kakus. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendorong masyarakat bebas dari ODF adalah seperti yang dilakukan oleh Desa Sukalaksana, masyarakat diberikan pemasangan pipa air bersih ke rumah setelah mereka memiliki jamban dan septic- tank. Untuk mendapatkan akses air bersih tersebut, warga menjadi bersemangat untuk membuat jamban di rumahnya. Selain itu juga dapat dilakukan inisiatif seperti pemerintah Desa Leu yang mengalokasikan dana desa untuk pembuatan jamban bagi warga yang kurang mampu.

Untuk standar jamban, ada beberapa kriteria jamban yang sehat menurut Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) Standar 6:

- Tidak mencemari sumber air minum (jarak antara sumber air minum dengan lubang penampungan minimal 10 meter)
- Tidak berbau.
- Kotoran tidak dapat dijamah oleh serangga dan tikus.
- Tidak mencemari tanah disekitarnya.
- Mudah dibersihkan dan aman digunakan.
- Dilengkapi dinding dan atap pelindung.
- Penerangan dan ventilasi cukup.
- Lantai kedap air dan luas ruangan memadai.
- Tersedia air, sabun, dan alat pembersih.

Dari hasil observasi lapangan, sebagian besar jamban telah memenuhi syarat namun masih ada jamban keluarga yang harus dibenahi karena belum memenuhi standar PHBS seperti, dinding jamban yang belum permanen, atap pelindung, keamanan penggunaannya dan kebersihannya.



- 1. Menggunakan jamban permanen di dalam rumah
- 2. Menggunakan jamban semi permanen di dalam rumah
- 3. Menggunakan jamban darurat di depan / di belakang rumah
- 4. Menggunakan jamban bersama
- 5. Tidak memiliki jamban

Grafik 6.
Jumlah Kepemilikan Jamban

8. Sumber Air Minum

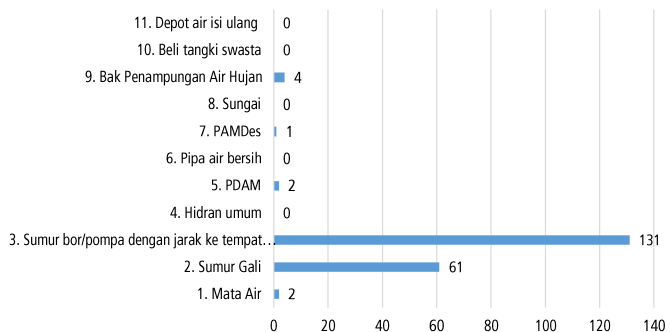
Air merupakan kebutuhan vital sehari-hari manusia. Tanpa air, manusia tidak dapat bertahan hidup, namun kualitas air minum itu sendiri harusnya bersih dan higienis karena air dipergunakan untuk minum, memasak, mandi, berkumur, membersihkan peralatan memasak, mencuci pakaian dan lain sebagainya. Penggunaan air yang bersih dapat membantu kita agar terhindar dari sakit seperti diare, kolera, disentri, thypus, cacangan, penyakit mata, penyakit kulit dan keracunan. Menurut PHBS, air bersih secara fisik dapat dibedakan melalui indera kita, antara lain (dapat dilihat, dirasa, dicium dan diraba):

- Air tidak berwarna harus bening/jernih.
- Air tidak keruh, harus bebas dari pasir, debu, lumpur, sampah, busa dan kotoran lainnya.
- Air tidak berasa, tidak berasa asin, tidak berasa asam, tidak payau, dan tidak pahit, harus bebas dari bahan kimia beracun.
- Air tidak berbau seperti bau amis, anyir, busuk atau bau belerang.

Sumber air minum warga desa Simangaronsang yang cukup banyak digunakan adalah sumur bor (131) dan sumur gali (61). Untuk menjaga kebersihan dan higienitas sumber mata air, maka:

Jarak letak sumber air dengan jamban dan tempat pembuangan sampah, paling sedikit 10 meter.

- Sumber mata air harus dilindungi dari bahan pencemar.
- Sumur gali, sumur pompa, kran umum dan mata air harus dijaga bangunannya agar tidak rusak, seperti lantai sumur sebaiknya tidak kedap air dan tidak boleh retak, bibir sumur harus diplester dan sumur sebaiknya diberi penutup.



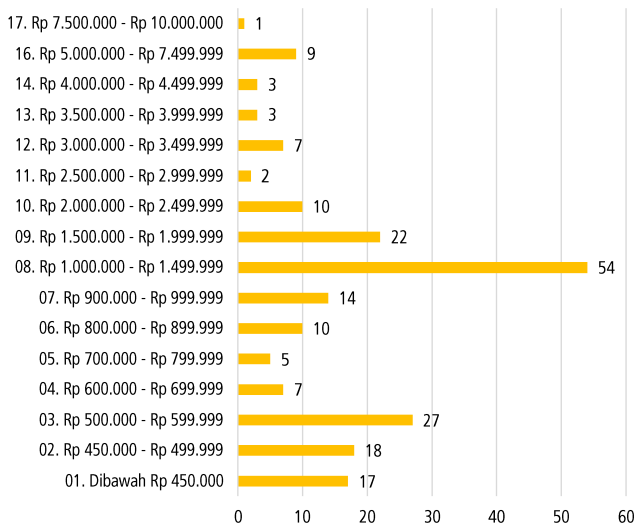
Grafik 7.
Sumber Air Minum

- Harus dijaga kebersihannya seperti tidak ada genangan air di sekitar sumber air, dan dilengkapi dengan saluran pembuangan air, tidak ada bercak-bercak kotoran, tidak berlumut, pada lantai/dinding sumur.
- Ember/gayung pengambil air harus tetap bersih dan tidak diletakkan di lantai

9. Penghasilan Masyarakat Desa Simangaronsang

Dari data grafik di bawah ini terlihat bahwa penghasilan masyarakat cukup beragam. Jumlah penghasilan masyarakat yang berada dibawah Rp 1.000.000 ada 98 orang, sedangkan penghasilan Rp 1.000.000- Rp 2.999.999 ada sekitar 88 orang, penghasilan Rp 3.000.000-Rp 5.000.000 sekitar 13 orang dan penghasilan diatas Rp 5.000.000 ada 10 orang. Jika dibandingkan dengan Pendapatan Perkapita Indonesia pada tahun 2017 sebesar Rp 51,89 juta/ tahun atau sekitar 4 juta perbulan dan bila dibandingkan dengan penghasilan penduduk Desa Simangaronsang, ada sekitar 186 orang yang memiliki penghasilan dibawah rata-rata pendapatan perkapita Indonesia. Sedangkan Pendapatan Perkapita Kabupaten Humbang Hasundutan pada tahun 2016 adalah 19,35 juta/ tahun atau sebesar Rp 1,6 juta pertahun (BPS Sumut, 2017).

Penghasilan masyarakat desa masih dapat ditingkatkan dengan memberdayakan sumber daya dan potensi yang ada di Desa. Potensi-potensi yang ada di Desa seperti



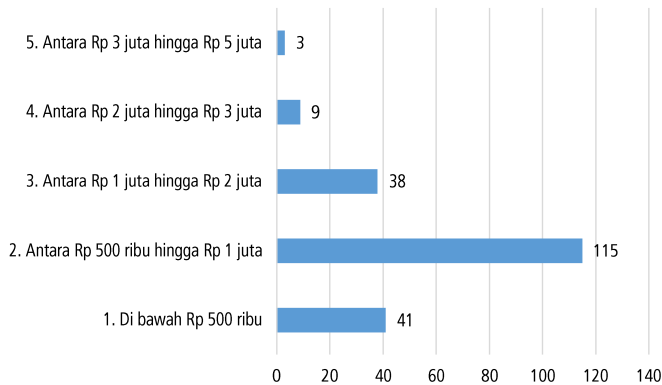
Grafik 8.
Penghasilan Masyarakat
Desa Simangaronsang

peningkatan hasil pertanian, perkebunan, perhutanan dan pariwisata, dan sumber daya manusia merupakan aspek yang dapat dibidik dalam meningkatkan pendapatan warga desa. Hal yang menarik yang pernah dilakukan oleh Desa Kanonang Dua di Sulawesi Utara adalah bekerja sama dengan perusahaan kamera NIKON untuk memberikan pelatihan photography kepada warga desa dalam upaya meningkatkan penghasilan penduduknya. Desa Kanonang Dua memilih memberikan pelatihan fotografer karena lokasi desa yang berdekatan dengan tempat pariwisata yang ramai dikunjungi oleh wisatawan. Sebagai hasilnya, warga Desa memiliki peningkatan penghasilan sekitar Rp 300.000- Rp. 1.000.000 perhari dengan profesi sampingan sebagai fotografer (Prasetyo, P., Rachmawati T., Gunawan T., Yosefa., Herwanto T., and Wicaksono K, 2017). Desa Simangaronsang, dapat memberikan pelatihan yang sesuai kepada warganya sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh Desa.

10. Pengeluaran untuk makanan

Untuk pengeluaran makanan, jumlah uang yang dialokasikan sekitar Rp. 500.000–1.000.000,- rupiah yaitu ada sekitar 115 KK, kemudian diikuti dengan pengeluaran makanan sebesar Rp. 1.000.000- 1.500.000,- sebesar 54 KK. Dari tabel dibawah ini, terlihat jumlah pengeluaran makanan masyarakat tergolong kecil jumlahnya karena masyarakat yang mayoritas petani cenderung untuk menggunakan padi hasil ladangnya untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Tipikal ini hampir sama dengan desa-desa lain di Indonesia, masyarakat petani lebih banyak memanfaatkan ladang pertaniannya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sisanya baru di jual.

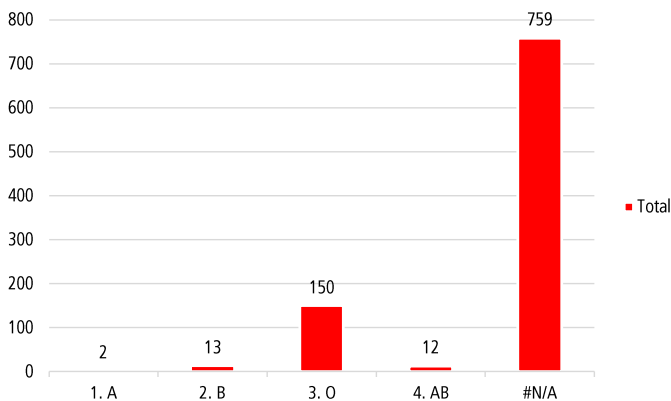
Untuk memenuhi kebutuhan bahan lauk sehari-hari, warga desa juga dapat diajak untuk memanfaatkan setiap jengkal tanah yang dimilikinya seperti: pekarangan dan tanaman pot. Desa Kanonang Dua membuat perda agar setiap warga memanfaatkan setiap jengkal tanah yang dimiliki baik itu di pekarangan maupun dalam pot plastik dengan menanam tanaman seperti obat-obatan dan bumbu masak sehari-hari. Sebagai contoh, karena masyarakat Desa Kanonang Dua memiliki masakan tradisional rica, maka hampir setiap rumah penduduk menanam bawang yang digunakan sebagai bahan baku rica. Jika kita melintasi rumah-rumah di daerah Kanonang Dua ,maka kita dapat melihat bahwa hampir setiap rumah memanfaatkan pekarangannya dan bagi mereka yang tidak memiliki pekarangan, dibuat tempat tanaman pot secara bertingkat. Dengan demikian warga dapat menekan pengeluaran untuk bumbu dan obat-obatan sehari-hari. Praktek baik dari desa Kanonang Dua dapat menjadi inspirasi bagi desa-desa di Indonesia.



Grafik 9.
 Pengeluaran untuk Makanan

11. Golongan darah

Terlihat dari data dari golongan darah, ada sekitar 759 warga yang belum memiliki data golongan darah. Kemungkinan data tidak terdata karena warga memang belum memiliki hasil pengecekan golongan darah atau data yang tidak terexplore dengan lengkap. Data golongan darah adalah hal yang juga harus menjadi prioritas dari pemerintah. Setiap warga harus mengetahui jenis golongan darahnya masing-masing. Selain data golongan darah ini berguna pada saat situasi gawat darurat di rumah sakit bagi warga yang membutuhkan infus darah secepatnya, kegiatan ini juga meningkatkan kepedulian masyarakat satu sama lainnya dalam solidaritas dan tolong-menolong. Pemerintah setempat dapat bekerjasama dengan dinas kesehatan, puskesmas maupun CSR dari perusahaan untuk melakukan pengujian golongan darah warga secara cuma-cuma. Pemerintah juga dapat bekerjasama

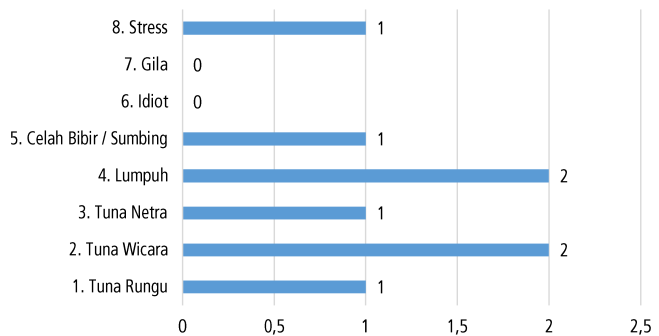


Grafik 10.
 Data Golongan Darah

dengan Palang Merah Indonesia untuk membuat program donor darah secara berkala bersamaan dengan penyuluhan kesehatan. Kegiatan ini tentunya akan bermanfaat bagi kesehatan dan kebersamaan warga Desa Simangaronsang.

12. Jenis Cacat

Terdapat 2 warga Desa Simangaronsang yang tuna wicara, 2 lumpuh, 1 bibir sumbing, 1 tuna netra dan 1 tuna rungu dan 1 stres. Namun demikian, meskipun jumlah warga yang mengalami cacat relatif rendah namun pemerintah harus tetap harus memperhatikan hak warganya untuk mendapatkan pendidikan maupun kesempatan untuk meningkatkan ketrampilannya sehingga dapat memiliki ketrampilan hidup ditengah masyarakat. Perhatian terhadap anak berkebutuhan khusus (ABK) sesuai dengan amanat pemerintah pasal 15 Undang-Undang no 20 tahun 2003 tentang pendidikan khusus yang diperuntukkan bagi peserta didik yang mengalami kelainan. Walaupun anak-anak tersebut tidak memiliki daya kemampuan seperti anak-anak normal namun pendidikan dan ketrampilan akan sangat membantu mereka untuk menjadi warga yang lebih mandiri. Untuk itu pemerintah dapat bekerjasama dengan pemerintah kabupaten maupun desa lain yang berdekatan untuk membuat sekolah luar biasa (SLB) bersama.

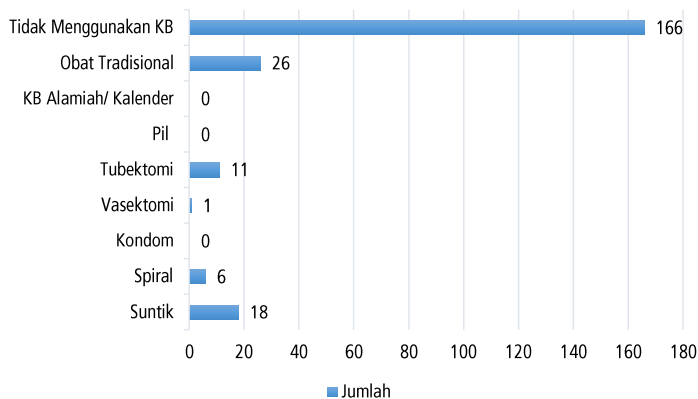


Grafik 11.
Data Grafik Cacat

13. Akseptor KB

Dari data grafik di bawah di temukan bahwa terdapat 166 KK tidak menggunakan alat KB dan masih terdapat 26 KK yang masih menggunakan obat tradisional. Beberapa akseptor KB yang juga digunakan oleh masyarakat suntik (18), spiral (6), tubektomi (11). Dari data

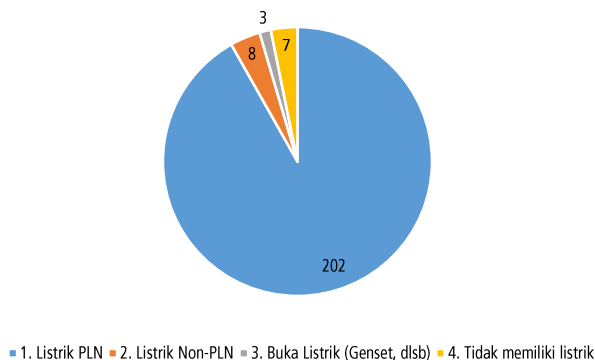
tersebut, jumlah KK yang tidak menggunakan alat KB masih cukup banyak. Oleh karena itu, untuk mengendalikan laju pertumbuhan penduduk, menyelamatkan nyawa para ibu, meningkatkan kualitas hidup warga maka pemerintah desa juga harus menggiatkan program KB ditengah-tengah masyarakat. Jumlah penduduk yang semakin bertambah banyak tanpa pengendalian dan tanpa fasilitas sarana dan pendidikan yang memadai maka akan menimbulkan isu persaingan dalam kesempatan kerja, sumber daya pangan, air, dan lahan. Program ini dapat dikolaborasikan dengan BKKBN.



Grafik 12.
Data Jumlah Pengguna Akseptor KB

14. Sumber Penerangan

Dari data dibawah ini , terdapat 202 KK yang menggunakan listrik PLN, 8 KK listrik non PLN, dan 3 buka listrik (genset) dan 7 KK tidak memiliki listrik. Berdasarkan hasil observasi dilapangan, hampir semua wilayah daerah yang dikunjungi sudah terjangkau oleh PLN.

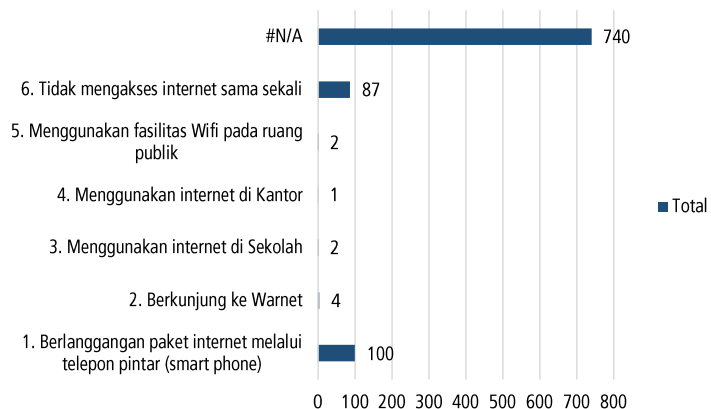


Grafik 13.
Sumber Penerangan Utama

15. Akses Internet

Dari data yang terkumpul, terdapat 740 orang yang tidak terdata memiliki keteraksesan internet. Terdapat 100 orang mengakses internet melalui ponsel smart phone, 87 orang tidak mengakses internet sama sekali, 4 orang berkunjung di warnet, 2 orang internet sekolah, 2 orang menggunakan fasilitas Wifi pada ruang publik. Jumlah masyarakat yang mengakses internet belum terlalu banyak, untuk itu pemerintah dapat mengupayakan internet yang murah dan mudah untuk diakses dengan bekerja sama dengan Telkom untuk terwujudnya Desa Punya Internet (Desa PINTER), kerjasama dengan KEMKOMINFO untuk pengadaan Mobil Pusat Layanan Internet.

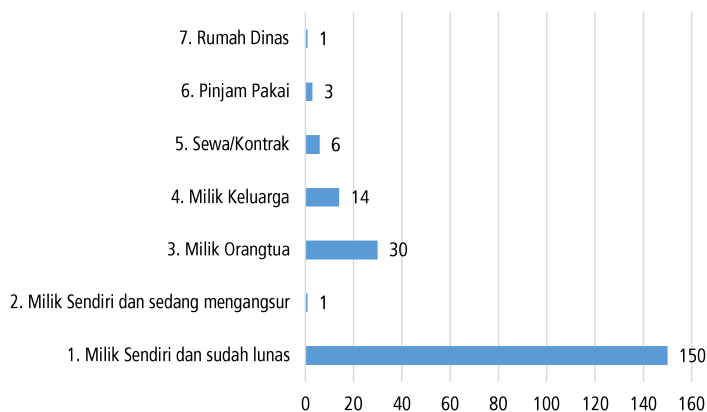
Internet sudah menjadi kebutuhan yang sangat krusial untuk mengakses informasi secara cepat, murah dan terbaharui. Sebagai contoh, informasi yang ada dalam internet dapat membantu petani untuk mencari informasi terkait dengan bibit yang unggul, pupuk yang sesuai, teknik cocok tanam, cuaca, akses harga ke pasar, pemesanan bahan-bahan pertanian secara online bahkan dapat mempromosikan hasil pertaniannya kepada pada pedagang di luar desanya. Selain itu bagi para karang-taruna dan anak sekolah, mereka dapat mengakses berbagai informasi yang terjadi di berbagai belahan dunia, bahkan mereka juga dapat mempelajari ketrampilan baru melalui internet seperti ketrampilan budidaya lele, kerajinan tangan, memasak, dan perawatan dan kesehatan tubuh. Selain itu kebutuhan internet untuk bidang pemerintahan sudah tidak dapat terelakkan lagi dalam upaya peningkatan pelayanan terhadap masyarakat seperti pembuatan informasi tentang profil desa, ke administrasian desa, mengirim surat elektronik dan promosi tentang potensi yang ada di desa dan lain sebagainya.



Grafik 14.
Jumlah Akses Warga ke Internet

16. Kepemilikan Rumah

Dari data yang dikumpulkan terdapat 150 kk yang sudah memiliki rumah sendiri dan lunas, 1 milik sendiri dan masih mengangsur, 30 milik orang tua , 14 milik keluarga, 6 sewa/ kontrak, 3 pinjam pakai, 1 rumah dinas.



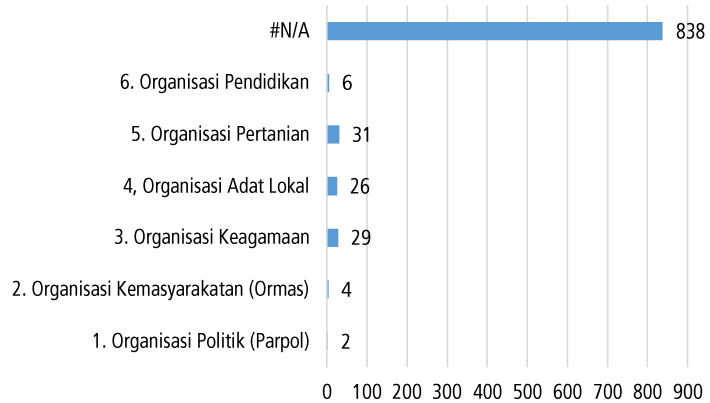
Grafik 15.
Jumlah Kepemilikan Rumah

17. Keanggotaan Lembaga

Dari di bawah ini terlihat bahwa jumlah penduduk yang tidak memiliki anggota lembaga ada 838 orang, 31 orang mengikuti organisasi pertanian, 29 orang organisasi keagamaan, 26 orang organisasi adat lokal, 6 organisasi kependidikan, 4 organisasi kemasyarakatan, 2 organisasi politik. Jumlah animo masyarakat untuk mengikuti keanggotaan organisasi belum tinggi. Meskipun demikian, hubungan yang baik antara pemerintah dan kelompok-kelompok organisasi dapat menjadi perpanjangan tangan pemerintah dalam mendistribusikan dan mempersuasi masyarakat untuk mensukseskan program-program pemerintah.

Karena mayoritas penduduk memiliki profesi sebagai petani maka organisasi yang cukup diminati adalah organisasi pertanian. Dukungan pemerintah terhadap organisasi pertanian sangat diperlukan untuk mensupport organisasi ini karena organisasi ini dapat berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam menghadapi kendala-kendala pertanian seperti hama, kekeringan, gagal panen, bibit, dan masalah pupuk yang sering dihadapi oleh petani. Organisasi petani juga dapat membuat permohonan bantuan secara terorganisir

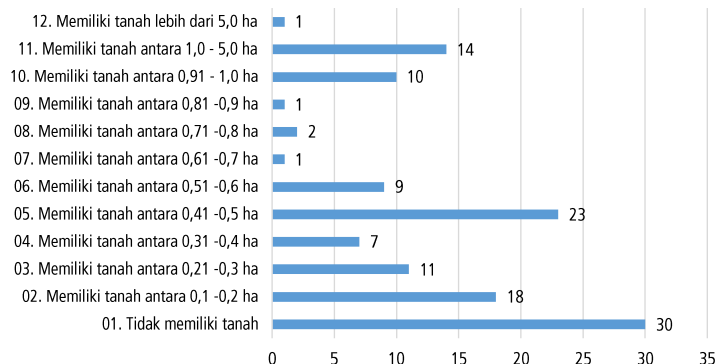
kepada pemerintah dan pemerintah pun akan lebih mudah untuk mendistribusikan bantuan penyuluhan, peralatan pertanian, dana, pendampingan kepada organisasi petani.



Grafik 16.
Keanggotaan Kelembagaan

18. Penguasaan Aset Tanah

Dari grafik dibawah ini, jumlah penguasaan aset tanah dengan luar 0,41- 0,50 ha ada 23 orang, 0,1- 0,2 ha ada 18 orang, 1,0-5,0 ha ada 14 orang dan yang tidak memiliki lahan pertanian ada 30 orang. Penguasaan aset tanah tanpa pengelolaan yang baik tidak akan memberikan hasil yang maksimal. Oleh karena itu perlu dicermati lebih lanjut apakah jumlah luas tanah berbanding lurus dengan produktifitas hasil tanaman pangan, buah atau perkebunan.

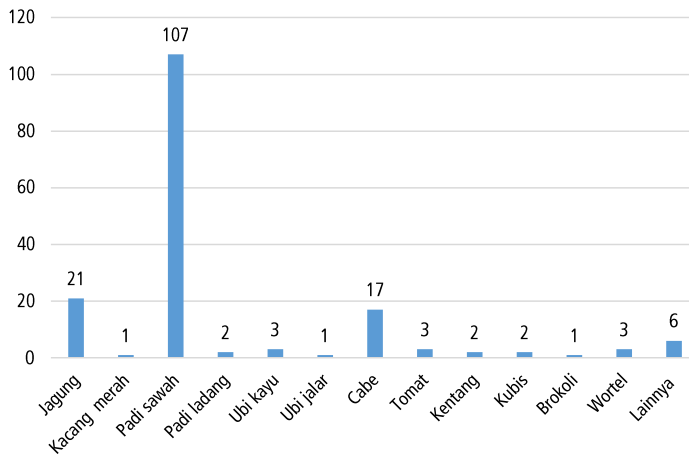


Grafik 17.
Penguasaan Aset Tanah

19. Kepemilikan Komoditas Tanaman Pangan

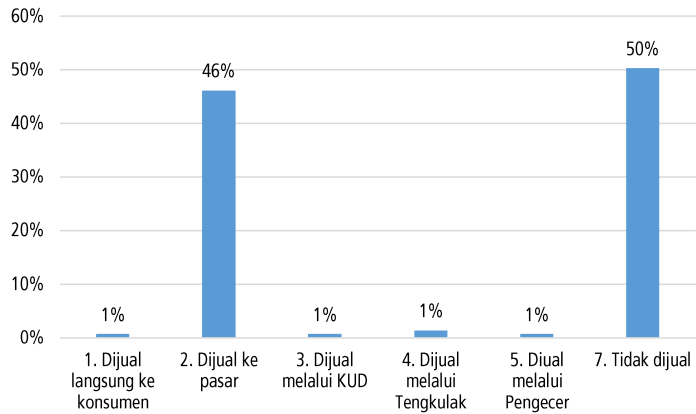
Dari data dibawah ini terlihat bahwa komoditas utama dari desa Simangaronsang adalah padi sawah, kemudian diikuti oleh dengan jagung dan cabe, serta sayur mayur dan tomat. Namun fakta yang menarik yang ditemukan adalah 50 % persen dari produk-produk pangan tidak dijual melainkan untuk di konsumsi sendiri dan 50 % lagi jual ke pasar. Untuk itu perlu diperlukan riset dan kerjasama lebih lanjut dengan para ahli pertanian dan pemasaran (dinas pertanian, Lembaga Swadaya Masyarakat , swasta maupun Universitas) untuk meningkatkan hasil panen sehingga jumlah hasil panen yang dapat dijual meningkat jumlahnya dengan memperhatikan kesesuaian *microclimate* wilayah setempat dan kebutuhan permintaan pasar.

Upaya peningkatan produktifitas dan pemasaran produk pangan dapat ditingkatkan dengan program pelatihan cocok-tanam yang efektif dan peningkatan pengetahuan petani terkait dengan jenis-jenis produk pangan apa saja yang laku dipasaran dan memiliki nilai jual yang tinggi.



Grafik 18.
Kepemilikan Komoditas
Tanaman Pangan

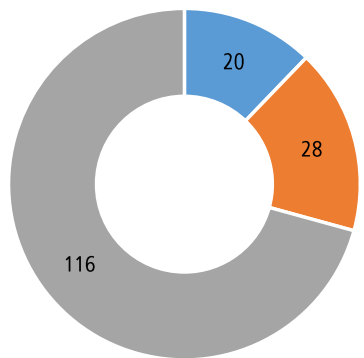
B. Pemasaran Pangan



Grafik 19.
 Pemasaran Pangan

1. Jenis budidaya ikan

Jenis produk ikan yang dibudidayakan di Desa Simangaronsang ada 3 jenis ikan yaitu ikan mas, ikan mujahir dan ikan belut. Hasil dari membudidayakan ikan mujahir terdapat hasil panen sebesar 116 kg /tahun, ikan belut 28 kg/ tahun dan ikan mas 20 kg/ tahun. Dari segi jumlah hasil budidaya ikan, seharusnya jumlah hasil panen masih dapat di tingkatkan lagi. Kerjasama dengan dinas perikanan, Lembaga Swadaya Masyarakat, swasta maupun Universitas dapat menjadi upaya alternatif untuk meningkatkan jumlah produktifitas



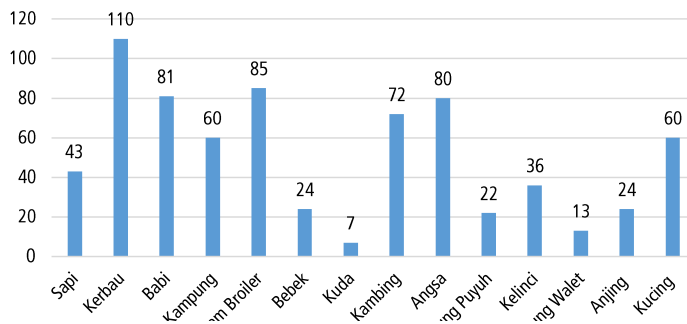
Grafik 20.
 Hasil Budidaya Ikan

■ Ikan Mas ■ Ikan Belut ■ Ikan Mujahir

budidaya ikan secara efektif , mulai dari pembibitan, perawatan, pembiakan, panen dan pasca panen. Selain itu, hasil dari produksi ikan, dapat diberikan nilai tambah dengan cara mengolah ikan menjadi bahan pangan siap santap seperti: keripik ikan, abon ikan dan oleh-olah khas Desa Simangaronsang.

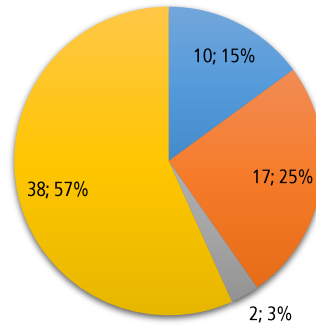
2. Budidaya ternak

Budidaya ternak yang dimiliki oleh Desa Simangaronsang cukup beragam seperti kerbau, ayam broiler, babi, angsa, kambing dan sapi. Untuk jumlahnya, kerbau memiliki jumlah terbanyak (110 ekor), kemudian diikuti oleh ayam broiler (85 ekor) dan babi (81 ekor). Untuk jenis kepemilikan ternak ini, tidaklah mengherankan bagi daerah yang banyak dihuni oleh suku Batak, karena kerbau, ayam dan babi merupakan bahan makanan sehari-hari dan juga merupakan bagian dari simbol-simbol adat yang dilestarikan kearifannya. Menariknya 38,57 % ternak tersebut tidak untuk di jual dan yang dijual ke pasar hanya sebesar 17,25 %, dijual langsung ke konsumen 10,15 % dan 2,3 % dijual ke tengkulak. Dari hasil statistik tersebut, dapat kita lihat bahwa kepemilikan ternak belum sepenuhnya dimanfaatkan sebagai sumber ekonomi di Desa.



Grafik 21.
Jumlah Kepemilikan Ternak

3. Pemasaran Hasil Ternak



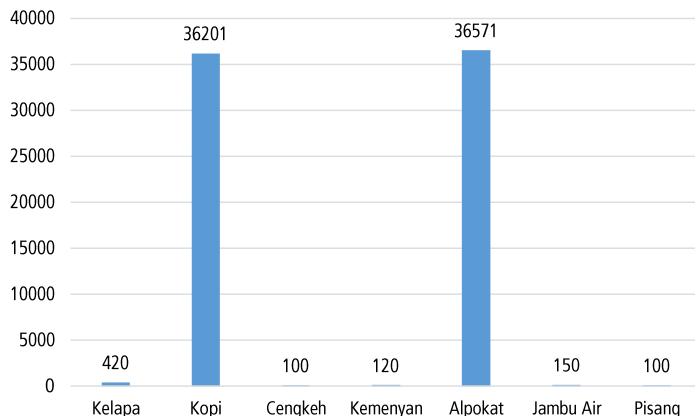
Grafik 22.
 Pemasaran Hasil Ternak

■ Dijual langsung ke konsumen ■ Dijual ke pasar ■ Dijual melalui Tengkulak ■ Tidak dijual

4. Komoditas Hasil Perkebunan (kg)

Hasil perkebunan yang cukup dominan dari Desa Simangaronsang adalah kopi dengan kapasitas produksi 36.201kg/tahun dan alpukat 36.571 kg/ tahun kemudian diikuti dengan kelapa 420kg/ tahun.

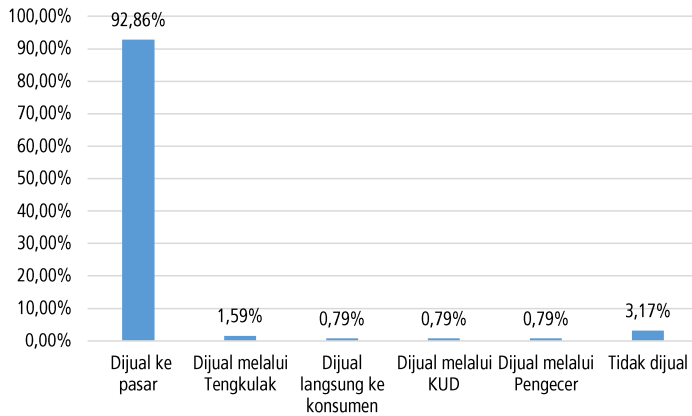
Berbeda dengan hasil peternakan dan tanaman pangan, hasil dari perkebunan sebesar 92, 86 % dijual ke pasar. Hal ini mengisyaratkan bahwa sumber penghasilan untuk warga Desa Simangaronsang adalah hasil dari berkebun kopi dan alpukat.



Grafik 23.
 Hasil Komoditas Perkebunan

Oleh karena itu, pemerintah dapat memberikan ekstra perhatian agar kopi dan alpukat yang dihasilkan lebih berkualitas dan mempunyai nilai tambah yang dapat meningkatkan ekonomi lokal seperti *branding* kopi dan alpukat Desa Simangaronsang.

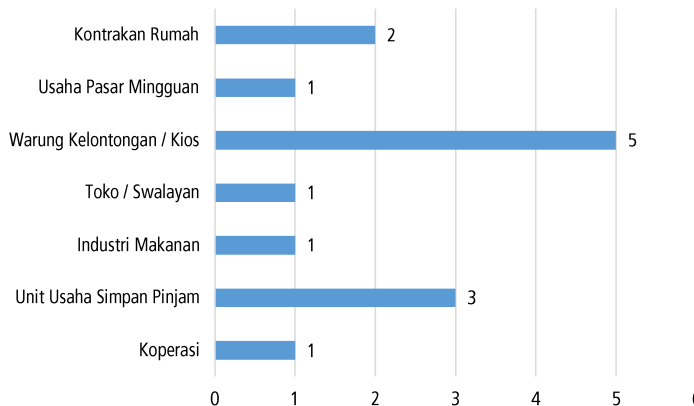
5. Pemasaran Hasil Perkebunan



Grafik 24.
Pemasaran Hasil Perkebunan

6. Jenis Usaha Lain Yang Dimiliki

Selain usaha pertanian, peternakan dan perkebunan, jenis usaha lain yang dimiliki oleh penduduk Desa Simangaronsang adalah Warung/ Kios (5 unit), Unit Simpan Pinjam (3 unit), rumah kontrakan (2 unit), usaha pasar mingguan (1 unit), Toko/ swalayan (1 unit), industri makanan (1 unit) dan koperasi (1 unit). Unit usaha yang ada terlihat masih belum

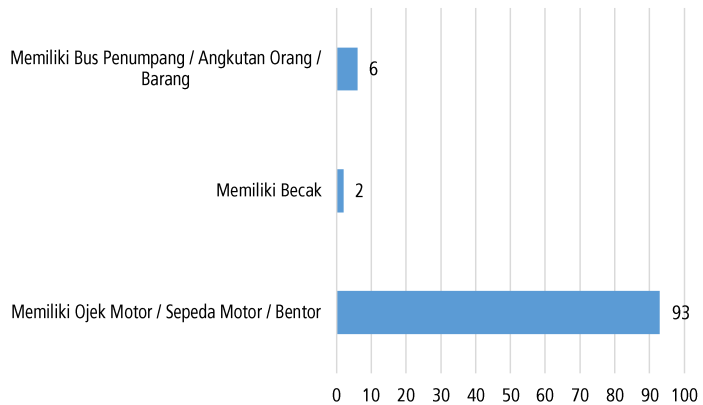


Grafik 25.
Jenis Usaha Lain Yang Dimiliki

banyak, hal ini dapat menjadi peluang bagi desa untuk membuat unit usaha ekonomi (BUMDes) yang dapat memenuhi kebutuhan pertanian, peternakan dan perkebunan bagi warga Desa Simangaronsang.

7. Jumlah Kepemilikan Alat Transportasi

Dilihat dari jumlah transportasi yang dimiliki oleh desa, mayoritas penduduk memiliki ojek motor/ sepeda motor/ bentor yaitu sebesar 93 unit, kemudian diikuti oleh bus penumpang/ angkutan barang 2 unit, dan becak 2 unit. Dari jumlah alat transportasi yang dimiliki dapat dikatakan bahwa akses jalan menuju Desa Simangaronsang sudah dapat dilalui oleh kendaraan. Kedepan, jika transportasi online sudah masuk ke kabupaten Humbang Hasundutan, maka kepemilikan motor tersebut dapat menjadi modal untuk ikut dalam usaha ojek online.



Grafik 26.
Jumlah Kepemilikan Alat
Transportasi

C. Kesimpulan

Dari pemaparan hasil data yang berhasil dikumpulkan dan diolah dalam grafik dan tabel, ada beberapa catatan penting yang dapat dijadikan pertimbangan dalam upaya pengembangan potensi Desa dan peningkatan kualitas hidup penduduk. Catatan ini penting untuk menjadi pertimbangan pemerintah daerah dalam menyusun dan mengalokasikan anggaran RPJMDes dan RKPDes yang berdasarkan dengan fakta kebutuhan dan potensi dilapangan.

1. Hasil kopi dan alpukat merupakan potensi perkebunan yang cukup besar dari Desa Simangaronsang. Pemerintah dapat melakukan kerjasama dengan perusahaan untuk memberikan pelatihan dan pengetahuan terkait dengan standar dan kualitas kopi maupun alpukat. Harapannya, dengan kualitas yang meningkat maka nilai jual dari kopi dan alpukat dapat meningkat pula sehingga semakin banyak perusahaan yang mau menampung hasil kopi dan alpukat Desa Simangaronsang. Selain itu, dengan kualitas produk yang baik maka *branding* Desa Simangaronsang untuk hasil perkebunan juga dapat dilakukan sehingga tertanam dalam benak konsumen bahwa produk kopi dan alpukat yang berkualitas adalah produksi dari Desa Simangaronsang.
2. Mayoritas penduduk Desa Simangaronsang adalah petani, maka alokasi penganggaran peningkatan kapasitas sumber daya manusia dapat diarahkan dalam bentuk pelatihan, penyuluhan dan pendampingan untuk peningkatan produktifitas hasil pertanian. Selain itu pembangunan BUMDes dapat diarahkan untuk membantu petani seperti penjualan alat-alat pertanian.
3. Jenis komoditas hasil pertanian yang cukup menonjol adalah padi sawah. Namun data menunjukkan bahwa lebih kurang 50% dari hasil panen digunakan untuk konsumsi pribadi. Jika memang hasil produksi kurang memadai secara jumlah sehingga hasil yang dapat dijual hanya sisanya, maka peningkatan produktifitas hasil pertanian perlu untuk ditingkatkan dan didukung agar masyarakat memiliki akses terhadap kebutuhan pertanian yang murah dan mudah untuk dijangkau. Kebutuhan bahan pertanian tersebut dapat disediakan di toko BUMDes seperti: pupuk murah, bibit, terpal dan lain sebagainya.
4. Potensi lain yang dimiliki oleh Desa Simangaronsang adalah hasil ternak kerbau, ayam dan babi. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa sebagian besar ternak yang dihasilkan

tidak dijual. Untuk itu pemerintah perlu memfasilitasi agar hasil ternak dapat meningkat secara jumlah dan kualitas sehingga hasil surplus ternak dapat dijadikan sebagai salah satu sumber penambahan ekonomi.

5. Pemeriksaan golongan darah bagi penduduk Desa Simangaronsang masih perlu mendapatkan perhatian pemerintah karena masih banyak warga yang belum terdata golongan darahnya.
6. Masih terdapat 28 KK yang tidak memiliki jamban. Agar Desa Simangaronsang Dapat menjadi desa yang Open Defecation Free (ODF) atau Setop Buang Air Sembarangan (SBS) maka pemerintah dapat meninjau kelapangan lebih lanjut dan jika memang perlu untuk dibantu, maka pemerintah dapat mengalokasikan anggaran untuk membantu warga yang belum memiliki jamban.

References

- Aryadji. (2017, October 20). *Kaum Perempuan Harus Terlibat dalam Pembangunan Desa*. Retrieved from Berdesa.
- Edwards, F. (1998). Natural Selection and the Sex Ratio: Fisher's Sources. *American Naturalist*, 151 (6), 564–569.
- Prasetyo, P., Rachmawati T., Gunawan T., Yosefa., Herwanto T., and Wicaksono K. (2017). *Innovation to Establish Prominent and Sustainable Village*. Jakarta: Friedrich- ebert- Stiftung – Indonesia Office.
- Sunanto, S., Gunawan, A., Gunawan, T., & Van Dijk, M. (2017). Women Entrepreneurs: A Study of Indonesian Female Evidence and Perception for Becoming Entrepreneurs. *Problemy Zarz dzania* (pp. 65, t.1). Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarz dzania Uniwersytetu Warszawskiego.

Contoh Rencana Bisnis Desa Simangaronsang "AVOCADO OIL"

Disusun oleh

Sefanya Anasthasya Tarigan¹

Ellen Cenora²

Vinanti Lestari³

Rebecca Imelda⁴

1. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

1.1. GAMBARAN KONDISI PASAR/KEBUTUHAN PASAR

Produk yang akan kami buat ini lebih ditujukan untuk masyarakat di luar desa, namun dapat juga dimanfaatkan untuk warga desa itu sendiri. Desa Simangaronsang diharapkan mampu menghasilkan produk yang mampu meningkatkan perekonomian desa. Dalam proses pembuatan produk ini, kami mengusulkan untuk menggunakan seluruh potensi desa, baik dalam segi sumber daya manusia maupun sumber daya alamnya.

Alpukat dan kopi merupakan potensi terbesar dari desa Simangaronsang. Selain itu, desa ini juga menghasilkan kelapa. Ada beberapa hasil pertanian juga yang dikonsumsi sendiri, yakni padi, jagung, dan cabai. Dari segi ternak, desa ini memiliki peternakan kerbau, ayam broiler, babi, ikan mas, ikan mujair, dan ikan belut.

Dari segi sumber daya manusia, desa ini memiliki populasi dimana jumlah laki-laki dan jumlah perempuan itu berimbang. Desa diharapkan dapat memanfaatkan potensi wanita yang cukup banyak ini. Penduduk juga didominasi oleh kaum muda. Hal ini merupakan bonus demografi jika dapat dimanfaatkan dengan baik.

1,2,3,4 Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Katolik Parahyangan

Melihat potensi desa terbesar adalah dari hasil kebun alpukat dan kopi, maka kami mengusulkan produk berbahan dasar alpukat dan kopi. Produk yang kami usulkan adalah *avocado oil*. Produk ini akan dibuat dengan kualitas bahan terbaik dan bahan alami sehingga dapat aman digunakan oleh masyarakat.

Kami mengusulkan produk tersebut dikarenakan beberapa alasan. Kami melihat bahwa masyarakat masa kini adalah masyarakat yang mulai menyadari akan pentingnya kesehatan. Mulai bermunculan makanan-makanan rendah kalori, kosmetik tanpa bahan kimia, obat herbal, dan produk lainnya yang menitikberatkan pada bahan yang alami dan sehat. Tren dalam menggunakan produk organik inilah yang menjadi dasar dalam kami mengusulkan produk kami. *Avocado oil* yang dibuat dengan bahan alami ini kami usulkan untuk menjawab keinginan masyarakat akan produk makanan dan kecantikan organik. Produk ini menjadi jawaban bagi orang-orang yang sedang melakukan diet dan ibu-ibu yang sedang hamil. Pembuatan produk didasarkan pada kondisi masyarakat yang mulai menyukai *healthy lifestyle*, baik dalam segi makanan dan penggunaan produk kecantikan.

1.2. PRODUK/JASA YANG DIHASILKAN

Produk yang kami usulkan adalah produk berupa *avocado oil* dan *coffee-avocado scrub*. Kami mengusulkan pemanfaatan potensi terbesar Desa Simangaronsang dengan didukung oleh potensi desa yang lain. Ada 2 (jenis) inovasi yang dapat dilakukan oleh desa yang diharapkan dapat meningkatkan perekonomian desa.

1. Kewirausahaan desa

Desa Simangaronsang memiliki potensi untuk menggunakan hasil perkebunan alpukat mereka sebagai bahan baku utama untuk membuat sebuah produk yang memiliki nilai tambah. Pada umumnya alpukat digunakan sebagai bahan baku untuk makanan atau minuman sehingga industri yang ditujukan adalah industri makanan dan minuman, namun alpukat juga merupakan bahan baku yang dapat digunakan untuk berbagai produk kecantikan atau kesehatan.

Kami mengusulkan untuk membuat produk berupa minyak alpukat. Minyak alpukat ini nantinya akan dikirim ke industri makanan. Contoh perusahaan yang kami tuju adalah perusahaan mayones *Prochiz Mayo!*. Kami mengusulkan untuk membuat mayones alpukat untuk orang-orang yang sedang melakukan

diet. Adapun minyak alpukat yang akan digunakan sebagai bahan pembuatan mayones alpukat dibuat dengan tahap-tahap sebagai berikut.

- a. Pisahkan daging buah alpukat dari kulitnya
- b. Haluskan daging dari buah alpukat dengan menggunakan mesin pengolah makanan
- c. Tuang dan ratakan alpukat yang telah dihaluskan ke sebuah loyang
- d. Jemurlah alpukat di bawah sinar matahari selama kurang lebih dua hari untuk mengeringkan alpukat
- e. Pindahkanlah alpukat yang telah dikeringkan pada sebuah kain tipis atau kain kasa
- f. Peras alpukat sekuat tenaga di atas sebuah wadah untuk mengeluarkan minyak
- g. Pindahkan minyak alpukat ke dalam sebuah botol

2. Pemanfaatan sumber daya manusia di desa

- Produk akan dibuat oleh kaum wanita di desa.

Jumlah perempuan dan laki-laki di Desa Simangaronsang berimbang yaitu 467 laki-laki dan 463 perempuan. Kami mengusulkan agar pimpinan Desa Simangaronsang dapat mengalokasikan dana untuk membuat pelatihan bagi para perempuan. Pelatihan yang akan dilaksanakan mengajarkan kaum perempuan di desa tersebut untuk membuat produk berupa minyak alpukat serta produk kecantikan berupa *scrub*. Hal tersebut kami usulkan dengan pertimbangan bahwa alokasi dana Desa Simangaronsang yang belum signifikan terhadap pemberdayaan kaum perempuan. Mengingat jumlah perempuan dan laki-laki yang imbang, maka ada peluang bagi para perempuan di desa tersebut untuk bekerja dan mendapatkan pendapatan melalui pembuatan kedua produk yang kami usulkan, sehingga dapat meningkatkan kemakmuran dari keluarga-keluarga yang tinggal di Desa Simangaronsang. Selain pelatihan-pelatihan terkait proses pembuatan produk, maka dapat diadakan pelatihan-pelatihan yang berhubungan dengan cara mengelola keuangan, operasi, dan berbagai pelatihan yang berhubungan dengan bisnis. Hal tersebut dilakukan agar para penduduk desa tidak hanya dapat memproduksi berbagai produk, namun bisa mengembangkan dan mengelola usaha yang mereka lakukan.

1.2.1. KEUNGGULAN YANG DIMILIKI

1. Originalitas (belum pernah dibuat orang lain)

Avocado oil dan yang akan dikembangkan menjadi mayones alpukat merupakan produk yang belum pernah dijual oleh perusahaan manapun. Dengan menggunakan alpukat dengan penanaman terbaik dari hasil tangan sendiri, kualitas alpukat yang baik, keunikan produk, disertai dengan berbagai keunggulan yang ada akan membuat produk ini menjadi unggul di pasaran.

2. Relevansi (sesuai dengan kebutuhan masyarakat)

Produk yang kami usulkan sangat relevan untuk masyarakat baik penduduk Desa Simangaronsang atau juga masyarakat umum. Sedangkan *avocado oil* yang kami usulkan akan menjawab kebutuhan target pasar kami yaitu untuk orang-orang yang sedang melakukan diet. Kedua hal ini sangat relevan dengan kehidupan masyarakat masa kini yang mulai menjunjung tinggi gaya hidup sehat.

3. Marketable (dapat dikembangkan secara komersial)

Produk yang kami buat nantinya akan dikirimkan kepada industri makanan dan kosmetik untuk *branding* dan hal tersebut pasti akan menghasilkan keuntungan bagi kedua belah pihak. Nantinya semua pihak yang terlibat dalam pertanian atau perkebunan akan mendapatkan keuntungan dagang baik secara langsung maupun tidak langsung. Produk dapat dipasarkan secara komersial dan dapat dijual pada konsumen karena kegunaan dan keunikan yang dimiliki.

4. User Friendly (praktis dan mudah digunakan)

Avocado oil memiliki hasil akhir yang akan mudah untuk digunakan. *Avocado oil* yang nantinya diolah menjadi makanan sehat sudah pasti sangat mudah untuk dikonsumsi. Produk ini dapat langsung digunakan dengan tata cara yang mudah, yakni dioles saja.

5. Efisien (biaya produksi rendah)

Produk menggunakan bahan alami olahan asli dari tangan penduduk sendiri disertai proses yang tidak menggunakan banyak teknologi atau material yang berlebihan yang bisa saja menguras banyak pengeluaran ketika

memproduksi barang sehingga membuat produk ini akan memiliki harga jual yang sangat terjangkau untuk target pasar yang dibidik.

- 6. Kompetitif** (menawarkan sesuatu yang lebih dari produk yang sudah ada)
Kedua produk yang kami buat ini mempunyai keunggulan dibandingkan dengan produk-produk yang lain. Kami bekerjasama dengan industri makanan yaitu *Prochiz Mayo!* yang sebelumnya memproduksi mayones dengan minyak nabati menjadi *avocado oil* buatan kami yang mampu mencegah berbagai penyakit untuk berkembang didalam tubuh. Produk kami adalah produk organik. Keunggulan dari segi manfaat dan keunikan campuran bahan menjadi *competitive advantage* dari produk kami.
- 7. Up to Date** (sesuai dengan tren di masyarakat)
Melihat gaya hidup, tren, kegemaran masyarakat masa kini terhadap *healthy lifestyle* dan cara berpenampilan yang menarik, sangat mendukung keberadaan produk yang kami buat ini. Produk-produk kecantikan alami yang aman digunakan, makanan-makanan yang sehat namun memiliki rasa dan kualitas produk yang baik, akan sangat dicari oleh banyak orang, terutama oleh target pasar kami.
- 8. Available** (menggunakan sumber daya yang ada di sekeliling kita)
Desa Simangaronsang sendiri adalah tempat dimana sumber daya desa inilah yang akan kami manfaatkan. Penanaman biji alpukat dan kopi ini akan berjalan seiring dengan diproduksinya produk *avocado oil*.
- 9. Sustainable** (mempunyai fungsi jangka panjang)
Ketika mengkonsumsi produk ini, maka tidak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan sekitar. Produk ini benar menjamin keseimbangan ekosistem dan kesinambungan khususnya sumber daya alam di Desa Simangaronsang.
- 10. Ramah lingkungan** (menggunakan bahan-bahan yang mampu didaur ulang)
Bahan baku yang digunakan dalam memproduksi produk ini adalah bahan-bahan organik yang sehat dan juga aman. Produk tidak mengandung bahan-bahan kimia yang berbahaya sehingga akan memberikan dampak positif terhadap lingkungan.

1.2.2. TARGET PASAR

Target pasar paling utama yang akan dibidik produk *avocado oil* adalah orang-orang yang sedang melakukan diet atau orang-orang yang sedang menjalankan gaya hidup makan sehat. Seperti yang sudah kami sampaikan sebelumnya, *avocado oil* akan kami kirimkan ke industri makanan sebagai bahan bagi makanan sehat. Kami mengusulkan untuk bekerja sama dengan perusahaan mayones, contohnya *Prochiz Mayo!*. Mayones memiliki kalori yang sangat besar, sehingga terkadang orang yang sedang diet tidak bisa mengkonsumsinya. Karena itu, kami mengusulkan desa Simangaronsang untuk bekerja sama dengan perusahaan *Prochiz Mayo!* untuk membuat suatu produk varian mayones khusus orang diet, yakni dengan mengganti bahan-bahan yang mengandung lemak dengan alpukat dan mengganti minyak zaitun dengan *avocado oil*. Produk ini ditujukan agar masyarakat yang sedang melakukan diet dapat juga mengonsumsi mayones sehat dengan kadar kalori yang rendah dan manfaat kesehatan yang banyak.

1.3 TARGET PENJUALAN

1.3.1. STRATEGI PEMASARAN

Strategi pemasaran yang digunakan adalah bekerjasama dengan industri yang telah terkenal di bidangnya. Desa Simangaronsang dapat memberikan persediaan bahan alpukat dan kopi bagi industri. Saran pemasaran yang dapat kami berikan bagi industri adalah untuk menekankan pada target pasar yang dituju. Industri dapat membuat produk khusus dan unik dengan target pasar yang jelas. Menurut kami, membuat produk seperti *Prochiz Avocado Mayo!* dan *Mustika Ratu Pregnancy-Safe Skin Care: Coffee-cado Scrub* merupakan produk dengan target pasar yang jelas dan memiliki keunikan tersendiri, terutama dari segi bahan yang digunakan. Kerja sama dengan industri kami ajukan atas

pertimbangan bahwa jika Desa Simangaronsang memproduksi barang jadi, maka dana atau modal yang dibutuhkan akan terlalu besar dan jika mereka memproduksi barang jadi, maka ada resiko tingkat penjualan yang rendah. Kerja sama dengan industri akan memberikan nilai tambah pada produk, contohnya Mustika Ratu dapat mengemas produk menggunakan kemasan yang menjadi ciri khas *brand* mereka serta dapat memberikan komponen-komponen lain untuk memberikan nilai tambah pada produk (tanpa mengubah konsep utama produk yaitu produk yang menggunakan bahan baku sehat dan organik), sehingga akan lebih mudah untuk memperkenalkan konsumen pada produk. Selain itu Mustika Ratu dapat menceritakan latar belakang dari produk tersebut sebagai salah satu upaya pemasaran mereka “produk *Coffee-Avocado Scrub* merupakan produk yang diproduksi bekerja sama dengan kaum wanita di Desa Simangaronsang...”. Hal tersebut dapat memberikan daya tarik tersendiri terhadap produk karena sejalan dengan visi pemerintah yang menginginkan masyarakat Indonesia untuk menggunakan produk lokal dan juga memberikan peluang bagi Mustika Ratu untuk melakukan CSR (*Corporate Social Responsibility*) karena membantu Desa Simangaronsang untuk berkembang dan membantu meningkatkan kemakmuran masyarakat di desa tersebut.

Dengan memiliki target pasar yang jelas, maka kegiatan promosi dapat dilakukan tepat sasaran. Contohnya, kita dapat memasarkan produk *Prochiz Avocado Mayo! Less Calories* di pusat-pusat kebugaran atau di *healthy food restaurant*. Sedangkan untuk produk *Mustika Ratu Pregnancy-Safe Skin Care: Coffee-cado Scrub*, kita dapat memasarkannya di klinik-klinik bersalin atau di situs-situs forum ibu hamil. Cara promosi dapat menggunakan poster yang ditempel dan disebar, namun juga dapat secara efektif dilakukan lewat media sosial.

■ PENGEMBANGAN WILAYAH PEMASARAN

Kami mengusulkan perusahaan-perusahaan seperti Mustika Ratu dan *Prochiz* dapat bekerja sama dengan masyarakat di Desa Simangaronsang, sehingga langkah awal yang akan diambil untuk melakukan pemasaran adalah memberikan proposal kepada kedua perusahaan tersebut. Setelah mencapai kesepakatan, maka produk tersebut akan dipasarkan secara lokal terlebih dahulu yaitu di daerah kemudian akan dipasarkan ke seluruh Indonesia oleh kedua perusahaan tersebut. Di masa mendatang masyarakat di Desa Simangaronsang dapat memperluas pemasaran mereka dengan

bekerja sama dengan perusahaan internasional atau bekerja sama dengan perusahaan lokal untuk mengeksport produk.

■ KEGIATAN PROMOSI

Kegiatan promosi yang dapat digunakan adalah dengan menyebarkan kampanye hidup sehat dan penggunaan produk-produk lokal Indonesia (sesuai dengan apa yang sedang digalangkan pemerintah). Hal ini ditujukan untuk menarik minat target pasar dan membangun kesadaran masyarakat untuk terus mendukung produk-produk lokal Indonesia yang ternyata dapat dibuat unik dan bermanfaat. Kami juga mengusulkan untuk mengangkat tema kedaerahan dan menonjolkan ciri khas desa Simangaronsang sebagai desa penghasil alpukat dan kopi.

■ STRATEGI PENETAPAN HARGA

Strategi penetapan harga yang akan kami coba pakai adalah "*Perceived Value Fixing*", dimana penetapan harga jual berdasarkan harga jual rata-rata produk sejenis. Metode strategi ini akan kami jadikan sebagai patokan untuk melihat berapa harga yang biasanya ditawarkan di pasaran untuk produk-produk yang sejenis dengan produk yang kami jual. Namun, harga produk yang kami jual bisa sedikit lebih mahal daripada produk sejenis yang lain dikarenakan keunikan dan manfaat produk kami.

1.3.2. ESTIMASI PENCAPAIAN

Biaya yang harus dikeluarkan:

Biaya variabel

- | | |
|--|------------------------|
| • Alpukat | Rp 25.000/kg |
| • Kopi | Rp 218.000/kg |
| • Kain kasa | Rp 10.000/meter |
| • Botol untuk Minyak Alpukat | Rp 1.800/ liter |
| • Plastik untuk hasil <i>scrub</i> 1 kg | Rp 8.000/pc |
| • Pupuk Bersubsidi | Rp 10.000/kg |
| • Total Biaya Variabel Minyak | Rp 46.800/liter |
| • Total Biaya Variabel <i>Scrub</i> | Rp 236.000/kg |

Biaya tetap (modal)

- Blender Rp 150.000 (beli 5)
- Penggiling Kopi Rp 7.500.000 (kapasitas 5 kg)
- Loyang Rp 15.000/pc (beli 500 pc)
- **Total Biaya Tetap Rp 15.750.000**

Estimasi keuntungan:

- *Avocado oil* Rp 30.000/50ml
- *Coffee-Avocado Scrub* Rp 25.000/paket

1.4. ANALISIS SWOT PRODUK dan PRODUK PESAING

KEUNGGULAN	KELEMAHAN
<p>Avocado oil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kaya akan oleic acid yang berguna untuk meningkatkan kemampuan penyerapan kulit • Mengurangi kolesterol dan meningkatkan kesehatan hati • Tinggi akan lutein (antioksidan yang memiliki manfaat bagi mata) • Mencegah penyakit gusi • Menetralkan radikal bebas • Produk dapat dimanfaatkan langsung sebagai minyak alpukat, dan bisa juga dikembangkan menjadi bahan untuk membuat produk lain seperti mayones <p>Mayones alpukat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cocok untuk orang yang sedang melakukan diet • Rendah kalori dan rendah kolesterol 	<p>Avocado oil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orang yang alergi terhadap latex dapat mengalami reaksi alergi ketika mengkonsumsi alpukat • Mengandung lemak • Alpukat dapat bereaksi dengan Warfarin (Coumadin) yaitu obat untuk memperlambat pembekuan darah. Alpukat dapat mengurangi keefektifan dari obat tersebut.

PELUANG	ANCAMAN
<p>Avocado oil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Belum banyak produk minyak alpukat • Sedang meningkatnya tren gaya hidup sehat (sehingga masyarakat Indonesia dapat tertarik untuk menggunakan minyak alpukat karena memiliki banyak manfaatnya) 	<ul style="list-style-type: none"> • Proses pembuatan yang mudah dapat mengakibatkan munculnya banyak pesaing

■ **ANALISIS PRODUK PESAING**

Produk *avocado oil* yang murni di pasaran memang banyak, seperti *Haple 100% Pure Avocado Oil*. Perbedaan terletak pada jenis bahan yang digunakan. Kualitas perkebunan alpukat dan bahan-bahan lain yang digunakan mungkin berbeda. Namun, kami menyarankan untuk menjual *avocado oil* dalam bentuk yang unik dan berbeda (bukan sebagai minyak murni), melainkan menjadikannya bahan untuk membuat produk baru yang lain, yakni mayones yang terbuat dari alpukat. Sejauh ini, belum ada perusahaan lain yang membuat produk mayones dari alpukat sehingga keunikan ini dapat menjadi nilai keunikan tersendiri dan dapat meningkatkan rasa penasaran konsumen.

1.5. SALURAN DISTRIBUSI

WILAYAH PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI YANG DIRENCANAKAN

1. Wilayah Pemasaran
 - Lokal 25%
 - Regional 25%
 - Nasional 50%
 - Ekspor 0%

(diharapkan kedepannya dapat dilakukan, namun belum akan dilakukan dalam jangka waktu dekat)

2. Jalur Distribusi
 - Individu Distributor
 - Industri Retailer
 - Pemerintah Eksportir
 - Lain – Lain

2. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

■ STRATEGI PRODUKSI

Produksi bagi *avocado oil* dilakukan di desa oleh warga desa, khususnya perempuan. pembuatan *avocado oil* cukup mudah dan tidak memerlukan teknologi mutakhir. Alpukat cukup dihaluskan, lalu dikeringkan. Setelah kering, alpukat diperas hingga minyaknya keluar. Setelah diproduksi di desa, *avocado oil* dikemas dan dikirim ke industri makanan untuk diproses menjadi bahan makanan, contohnya mayones. Proses produksi diambil alih oleh industri, seperti pengemasan, *branding*, distribusi, promosi, dan lain-lain. *Avocado oil* dicampur dengan alpukat, lemon, garam, gula pasir, bawang, dan bahan lain diproses untuk membuat produk mayones alpukat.

■ STRATEGI KEUANGAN

Strategi keuangan dilakukan melalui kerja sama dengan Koperasi Unit Desa. Dana dan permodalan diambil dari simpanan, modal pinjaman, atau hibah yang ada di koperasi. Demi meningkatkan perekonomian desa bersama, kami mengusulkan untuk proyek desa dalam pembuatan produk ini didukung oleh seluruh lapisan masyarakat. Modal diambil dari koperasi, lalu setelah terjadi penjualan kepada industri, maka pinjaman dibayarkan pada koperasi dengan suku bunga yang telah ditentukan sebelumnya.

3. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

3.1. DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN SEKITAR

Dampak positif produk terhadap masyarakat sekitar atas aktivitas yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut.

1. Meningkatkan perekonomian desa dari segi penjualan produk yang memiliki nilai tambah
2. Perekonomian desa dapat bertambah dengan adanya pendapatan baru dari produk *avocado oil* dan juga kerjasamanya dengan industri. Bahan mentah alpukat dan kopi yang tadinya dijual langsung, kini diolah dahulu sehingga memberikan nilai tambah. Nilai tambah ini akan menambah penghasilan Desa Simangaronsang.
3. Memaksimalkan potensi warga desa dari segi sumber daya manusia (mengurangi pengangguran).

4. Adanya proyek yang melibat kaum wanita dapat mengurangi pengangguran di kalangan wanita yang biasanya tidak bekerja. Hal ini akan menambah penghasilan keluarga sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga-keluarga di Desa Simangaronsang.
5. Terpenuhinya berbagai kebutuhan masyarakat dari hasil produk jadi industri. Hal ini dapat memuaskan keinginan konsumen akan suatu produk.
6. Desa Simangaronsang menjadi lebih dikenal lagi oleh masyarakat luar melalui produk yang mereka jual, yakni *avocado oil*.

Dampak negatif produk terhadap masyarakat sekitar atas aktivitas yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut.

1. Munculnya produk baru atau budaya baru akan meningkatkan konsumerisme masyarakat dan dapat menghilangkan budaya atau identitas yang telah ada sejak dulu.

3.2. ANALISIS RESIKO USAHA

Ketika menjalankan proses produksi, kami tidak dapat terlepas dari resiko-resiko yang mungkin saja bisa terjadi dan dapat mempengaruhi keberhasilan produk yang diolah. Beberapa resiko yang bisa saja terjadi seperti:

1. Resiko Gagal Panen

Hal ini dapat terjadi jika tanpa diduga-duga tanah terendam banjir, mengalami kekeringan akibat cuaca yang berubah-ubah, terdapat hama yang menghambat proses pertumbuhan, dan hal lainnya yang menghalangi peningkatan kualitas produksi yang dapat berdampak pula terhadap jumlah produksi dan bahkan kerugian produksi.

2. Resiko *Human Error*

Disebabkan oleh kelalaian manusia atau tenaga kerja dalam menjalankan tugas atau bertingkah laku dalam melakukan proses produksi yang dapat menimbulkan kerugian terhadap usaha yang sedang dijalankan. Seperti pencurian atau ketidakjujuran pekerja, kerusakan fasilitas produk, kebakaran, dan sebagainya.

3. Resiko Finansial

Berbicara mengenai pembiayaan produksi yang sedang dijalankan.

Membangun usaha pasti ada titik dimana nantinya perlu untuk melakukan peminjaman modal atau modal investasi. Jika pengeluaran tunai semakin tinggi, maka akan meningkatkan resiko tidak tersedianya uang tunai untuk membayar hutang dan kewajiban finansial lainnya.

4. Resiko Harga

Semakin hari, keragaman harga akan terus berubah-ubah, termasuk dengan harga yang harus dibayar untuk input produksi. Siklus harga akan terus berubah-ubah seiring dengan tren atau keadaan pasar saat itu sehingga dapat berpengaruh pada harapan produsen maupun konsumen.

3.3. ANTISIPASI RESIKO USAHA

Adapun langkah-langkah antisipasi untuk resiko usaha diatas adalah sebagai berikut.

1. Asuransi

Merupakan solusi untuk berbagai resiko produksi termasuk pertanian atau berkebun. Dengan asuransi, dapat menstabilkan pendapatan petani atau pekerja dengan mengurangi kerugian yang diakibatkan dari kehilangan hasil. Hal ini juga berguna supaya ada jaminan dalam membayar kewajiban hutang dan untuk memenuhi kebutuhan keuangan yang tidak terduga dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

2. Penetapan Harga

Memungkinkan produsen untuk mengunci atau menetapkan harga tertentu sehingga akan mengurangi resiko.

3. Stabilitas Usaha

Teknologi modern mungkin dapat membantu dalam mengontrol pengaruh cuaca atau iklim dalam kegiatan produksi yang dilakukan. Program pemerintah dan permintaan pemasaran dapat mengendalikan harga atau kualitas komoditas yang dijual.

4. Penundaan Penanaman

Ketika cuaca atau iklim sedang buruk, lebih baik menunda penanaman. Banyak petani bergantung kepada kapasitas para pekerja untuk membantu mereka dalam mengejar ketertinggalan.

LAMPIRAN. FOTO INOVASI PRODUK/JASA



Avocado Oil

Contoh Rencana Bisnis Desa Simangaronsang “Coffee Soap”

Disusun oleh

Michelle Santi Kurniawan¹

Richardus Adi Pratama²

Liviana Atmaja³

Karentifa Nabila Putri⁴

1. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

1.1. GAMBARAN KONDISI PASAR/KEBUTUHAN PASAR

Produk ini masih sangat jarang ditemukan mengingat di wilayah Desa Simangaronsang merupakan wilayah yang memiliki potensi kopi yang cukup tinggi dan sangat jarang yang memproduksi kopi menjadi sabun.

1.2. PRODUK/JASA YANG DIHASILKAN

Produk yang akan kami hasilkan adalah sabun karena desa ini lebih cenderung kepada hasil perkebunan kopi. Produk sabun kami ini tidak mengandung unsur *sodium lauryl sulfate* dimana SLES terbukti dapat menyebabkan iritasi pada mata ataupun kulit.

1.2.1. KEUNGGULAN YANG DIMILIKI

1. **Originalitas** (belum pernah dibuat orang lain)

Produk sabun kita memiliki desain fisik yang unik yang berbeda dengan desain sabun yang ada di pasaran, selain itu sabun kita memiliki butiran *scrub* kopi yang halus dan wangi kopinya yang membuat tubuh kita menjadi lebih *relax*.

1,2,3,4 Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Katolik Parahyangan

2. **Relevansi** (sesuai dengan kebutuhan masyarakat)
Masyarakat membutuhkan sabun yang tanpa mengandung SLES karena produk sabun yang menggunakan SLES lama kelamaan membuat kulit iritasi.
3. **Marketable** (dapat dikembangkan secara komersial)
Produk kita bisa diperjualbelikan karena semakin lama masyarakat akan membutuhkan sabun yang aman untuk digunakan jangka panjang dan ramah lingkungan.
4. **User Friendly** (praktis dan mudah digunakan)
Produk kami ini sangat praktis dan mudah digunakan karena semua orang pasti membutuhkan sabun untuk mandi.
5. **Efisien** (biaya produksi rendah)
Produk sabun ini tidak butuh biaya yang besar karena bahan dasarnya menggunakan bahan yang murah (minyak kelapa, minyak zaitun) dan mudah didapat.
6. **Kompetitif** (menawarkan sesuatu yang lebih dari produk yang sudah ada)
Sabun ini punya desain fisik yang menarik, punya kandungan *scrub* kopi yang halus dan biji kopi sebagai hiasan dan punya wangi kopi yang membantu tubuh kita lebih relax.
7. **Up to Date** (sesuai dengan tren di masyarakat)
Sabun ini sesuai dengan tren yang sudah mulai menyebar di masyarakat dimana mereka mulai sadar bahwa mereka butuh sabun yang ramah lingkungan.
8. **Available** (menggunakan sumber daya yang ada di sekeliling kita)
Bahan dasar dari sabun kita adalah minyak kelapa, minyak zaitun dan biji kopi dimana minyak kelapa dan minyak zaitun mudah didapat dan biji kopi adalah potensi dari desa tersebut.

9. Sustainable (mempunyai fungsi jangka panjang)

Produk kita bisa berjangka panjang ketika masyarakat sadar akan lingkungannya yang semakin buruk sehingga mereka akan beralih ke produk yang ramah lingkungan

10. Ramah lingkungan (menggunakan bahan-bahan yang mampu didaur ulang)

Sabun ini tergolong sabun yang ramah lingkungan karena tidak ada bahan kimia didalamnya. Sabun pabrikan biasanya mengandung sulfat yang bisa membuat biota di air mati.

1.2.2. TARGET PASAR

Target pasar yang kami bidik adalah kesadaran akan daya konsumsi masyarakat yang masih terbatas dan kondisi pasar yang masih didominasi sabun pabrik. Strategi yang realistis memang hanya menasar calon konsumen menengah-atas atau kelompok yang sadar akan keberlanjutan lingkungan.

1.3 TARGET PENJUALAN

1.3.1. STRATEGI PEMASARAN

Dengan *marketing partnership* contohnya bekerjasama dengan perusahaan atau pihak lain karena strategi ini dinilai murah dan lebih berpeluang sukses. Lalu dengan kegiatan *endorse* atau bekerjasama dengan *influencer* jadi produknya dikenal atau diketahui oleh banyak orang sehingga kita dapat keuntungan yang besar juga.

■ **PENGEMBANGAN WILAYAH PEMASARAN**

Pertama kita akan memasarkan produk ke kelompok konsumen yang menengah atas dan kelompok masyarakat yang sadar akan keberlanjutan lingkungan. Setelah itu kita akan memperluas ke masyarakat menengah ke bawah sambil menjelaskan informasi kesehatan tentang penggunaan sabun dengan bahan SLES bisa membahayakan lingkungan dan membuat kulit iritasi.

■ **KEGIATAN PROMOSI**

Kegiatan promosi yang dilakukan bisa melalui brosur yang dibuat lalu melalui media sosial salah satunya dengan kegiatan *endorse*. Lalu, bisa juga

dengan membuat website produk sabun kopi nya untuk media penjualan dan diberikan promo untuk menarik konsumen. Juga, memberikan informasi tentang bahayanya sabun SLES.

■ STRATEGI PENETAPAN HARGA

Price sensitivity meter : strategi penetapan harga yang dilakukan dengan tujuan untuk melakukan pendekatan terhadap kebutuhan / permintaan konsumen. Metode ini didasari dengan persepsi konsumen terhadap nilai / *value* produk yang bisa diterima.

1.3.2. ESTIMASI PENCAPAIAN

A. Bahan

1. Minyak kelapa sawit
2. Minyak kelapa = Rp 1.500
3. Minyak zaitun
4. Campuran NAOH dengan Aquades = Rp 2.000
5. Madu = Rp 2.000
6. *Fragrance oil* = Rp 2.000
7. *Scrub* = Rp 2.000
8. Biji kopi = Rp 2.500

Total biaya pembuatan Rp 12.000 karena sabun ini merupakan sabun khas simangarongsang. Dan jika di jual dengan harga yang mahal di perdesaan akan sulit. Karena tidak semua orang desa mempunyai perekonomian yang baik.

Total biaya yang akan dipasarkan Rp 15.000 karena sabun ini khas desa simangarongsang dan terbuat dari bahan alami maka wajar saja harganya akan sedikit lebih mahal. Karena baik untuk di gunakan dan tidak merusak kulit/ menyebabkan iritasi pada kulit.

1.4. ANALISIS SWOT PRODUK dan PRODUK PESAING

KEUNGGULAN	KELEMAHAN
Keunggulan produk kami adalah kami mempunyai bentuk sabun yang unik dimana bentuk sabun ini di dalamnya terdapat biji kopi dan scrub yang halus. Dan tentunya aman untuk digunakan.	Kelemahannya karena bentuknya sabun batangan, maka adanya kemungkinan jika sabun tersebut ketika dibawa bepergian akan sedikit ribet. Karena setelah bungkus sabun itu terbuka dan sabun telah digunakan, maka sabun akan sulit dimasukkan kedalam bungkus sabunya, dan ketika akan digunakan kembali, terkadang bungkus sabun akan menempel pada sabunya.
PELUANG	ANCAMAN
Peluangnya adalah karena kesadaran akan daya konsumsi masyarakat yang masih terbatas dan kondisi pasar yang masih didominasi oleh sabun pabrik, oleh karena itu sabun yang kami buat ini selalu dibutuhkan. Karena tidak mengandung bahan kimia yang dapat menyebabkan iritasi pada kulit.	Ancamannya adalah tingginya persaingan dengan sabun pabrik dan kurangnya pengetahuan masyarakat akan sabun yang ramah lingkungan.

■ ANALISIS PRODUK PESAING

Produk yang ada di pesaing tidak ada yang menggunakan *scrub* dan biji kopi utuh di dalam sabun nya. Selain itu wewangian kopi yang masih terbilang jarang dimiliki oleh perusahaan lain yang memproduksi sabun.

1.5. SALURAN DISTRIBUSI

WILAYAH PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI YANG DIRENCANAKAN

1. Wilayah Pemasaran Lokal 90%
 Regional 80%
 Nasional 90%
 Ekspor 90%

2. Jalur Distribusi Individu Retailer
 Industri Eksportir
 Distributor

2. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

■ STRATEGI PRODUKSI

Strategi produksi yang akan kami terapkan dalam pembuatan sabun kopi ini, yang nanti akhirnya akan dijual adalah sebagai berikut:

- A. Bahan
 1. Minyak kelapa sawit
 2. Minyak kelapa
 3. Minyak zaitun
 4. Campuran NAOH dengan Aquades
 5. Madu
 6. *Fragrance oil*
 7. Biji kopi yang sudah di haluskan
 8. Biji kopi yang masih utuh
 9. *Scrub*

- B. Alat
 1. Wadah Stainless Steel
 2. Blender
 3. Cetakan
 4. Pemotong

Cara :

1. Campurkan larutan minyak zaitun dan campuran NAOH dengan Aquades
2. Setelah selesai kocok sampai campurannya mengalami fase traise atau semua bahan tercampur semua
3. Setelah tercampur adonan sabun sebagian dipisahkan ke tempat lain supaya adanya perbedaan layer pada sabun nanti
4. Adonan yang sudah dipisahkan menjadi 2 kemudian salah satu adonan diberi campuran biji kopi yang sudah di haluskan kedalam adonan tersebut
5. Kemudian salah satu adonan lainnya diberi madu dan *fragrance oil* untuk menambah wangi dari sabunya
6. Setelah semuanya tercampur saatnya adonan sabun yang sudah bercampur dengan biji kopi yang sudah dihaluskan pertama di cetak
7. Kemudian masukan biji kopi yang masih utuh dan *scrub* kedalam adonan kopi itu untuk menambah sensasi wangi kopi dari sabun tersebut
8. Setelah itu tunggu 6-12 jam terlebih dahulu sebelum sabun dipotong
9. Setelah menunggu 6-12 jam sabun siap diangkat dari cetakan dan di potong berbentuk persegi panjang
10. Setelah itu sabun pun siap untuk di kemas dan diperjualbelikan

■ STRATEGI KEUANGAN

Strategi keuangan yang kami gunakan adalah dimana kita menetapkan persentase penjualan produk setiap bulannya. Dimana setiap bulannya kita memiliki persentase 50% untuk tahap awal, 70% untuk tahap menengah dan 90% untuk tahap akhir. Dimana tahap akhir ini adalah tahap dimana produk kami ini sangat laris disemua kalangan di Desa Simangarongsang itu sendiri hingga masuk kalangan internasional dan sudah melakukan ekspor ke berbagai negara.

3. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

3.1. DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN SEKITAR

Dampak positif :

1. Produknya ramah lingkungan
2. Aman untuk digunakan
3. Harganya murah

4. Terbuat dari biji kopi alami
5. Tidak mengandung bahan SLES

Dampak negatif :

1. Kurang mudah digunakan karena bentuknya batangan
2. Setelah dipakai tidak bisa dimasukkan ke dalam bungkusnya kembali.

3.2. ANALISIS RESIKO USAHA

Dalam pengembangan produk ini resiko yang mungkin terjadi adalah masyarakat mungkin kurang familiar dengan wangi kopi ini sehingga mereka ragu untuk mencoba selain itu produk sabun pabrik yang sudah melekat di masyarakat sulit untuk tergantikan dengan produk sabun yang baru.

3.3. ANTISIPASI RESIKO USAHA

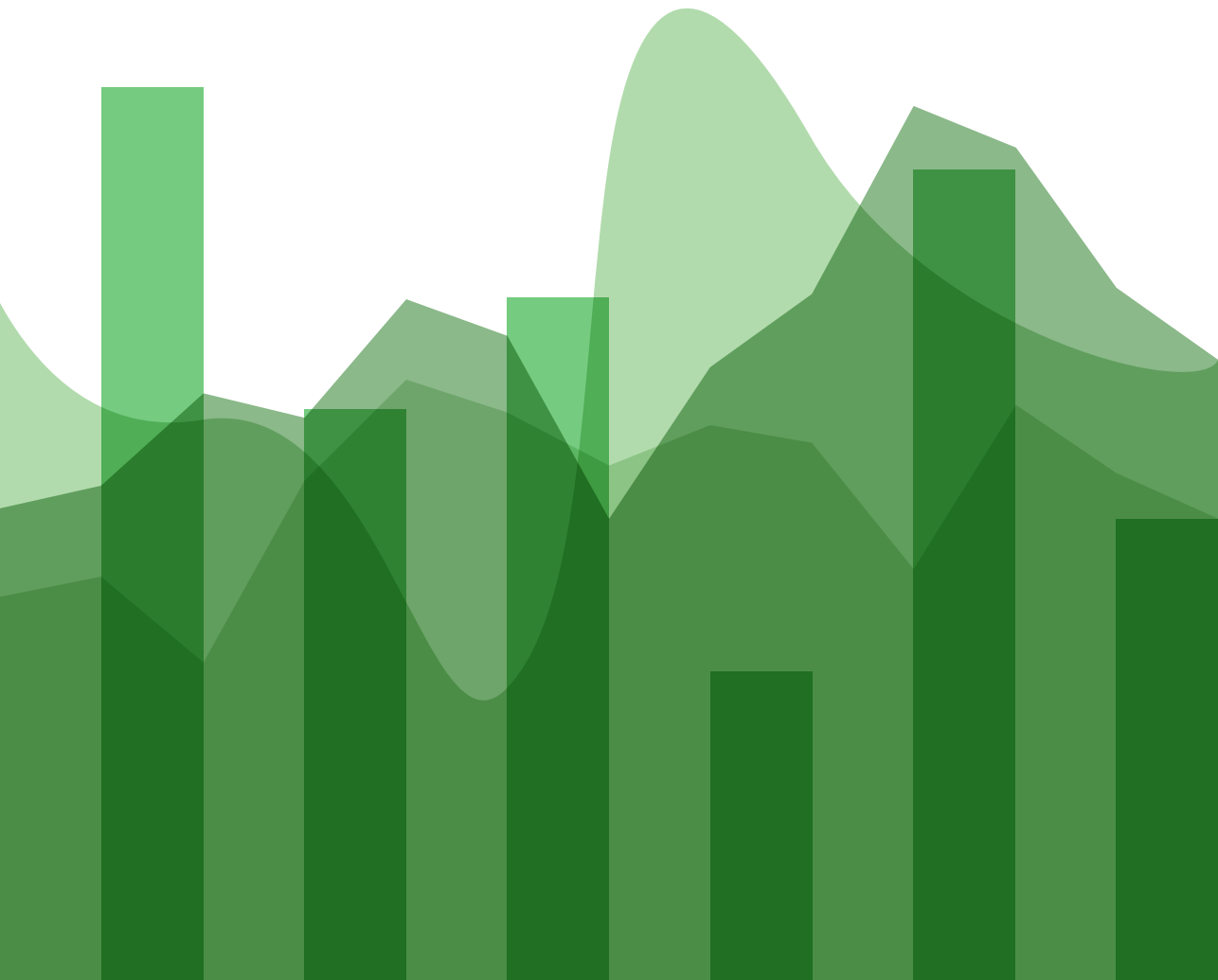
Melakukan promosi yang kuat untuk menyakinkan masyarakat dengan banyaknya manfaat dari sabun kopi ini dibandingkan dengan sabun pabrik.

LAMPIRAN. FOTO INOVASI PRODUK/JASA



DESA

MARBUN TORUAN



Analisis Data Desa Marbun Toruan

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.⁶⁹

A. Pendahuluan

Analisis data Desa Marbun Toruan ini disusun berdasarkan hasil survei secara menyeluruh kepada seluruh kepala keluarga yang ada di Desa Marbun Toruan. Analisis ini disusun sebagai bentuk rekomendasi pembangunan dan pengembangan potensi desa yang ada di Desa Marbun Toruan. Rekomendasi yang disusun merupakan rekomendasi yang valid berbasis data desa dan data potensi desa.

Melalui analisis ini, diharapkan upaya pembentukan program-program untuk membangun desa, serta memaksimalkan pengembangan potensi desa untuk menghasilkan manfaat yang besar bagi kesejahteraan masyarakat desa dan desa, seperti peningkatan pendapatan masyarakat, juga peningkatan pendapatan asli desa (PAD).

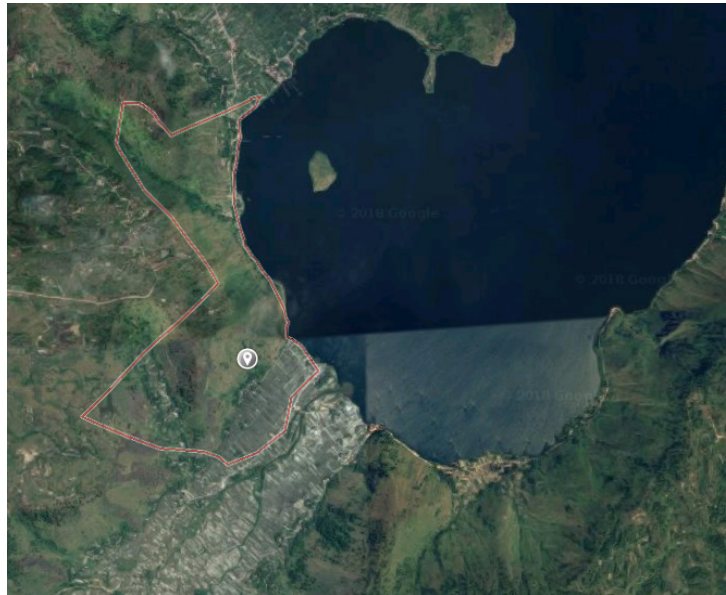
Berikut disajikan analisis data Desa Marbun Toruan yang memiliki 137 kepala keluarga dengan jumlah penduduk 630 orang.

I. Sekilas Tentang Desa Marbun Toruan

Desa Marbun Toruan terletak di Kecamatan Baktiraja, Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatera Utara. Secara geografis, Desa Marbun Toruan terletak di samping Danau Toba dan dikelilingi oleh kawasan bukit hijau.

Sebagai salah satu wilayah di Kecamatan Baktiraja, Desa Marbun Toruan dikelilingi oleh desa lainnya, seperti Desa Tipang, Desa Siunong-Unong Julu, Desa Simamora, Desa Sinambela, Desa Simangulampe, dan Desa Marbun Tonga-Marbun Dolok.

60 Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan



Gambar 1.
Wilayah Desa Marbun
Toruan dari Satelit⁷⁰



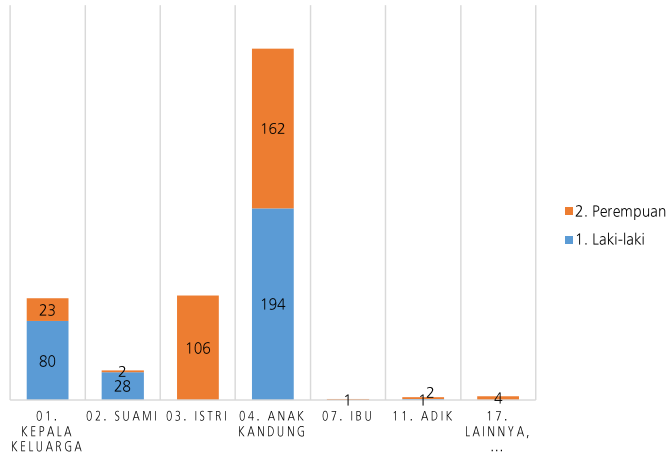
Gambar 2.
Papan Perbatasan Desa
Marbun Toruan⁷¹

61 <https://www.google.com/maps>

62 Dokumentasi Penulis

II. Aspek Demografis

Secara demografis, penduduk yang tinggal di Desa Marbun Toruan dapat dianalisis sebagai berikut.



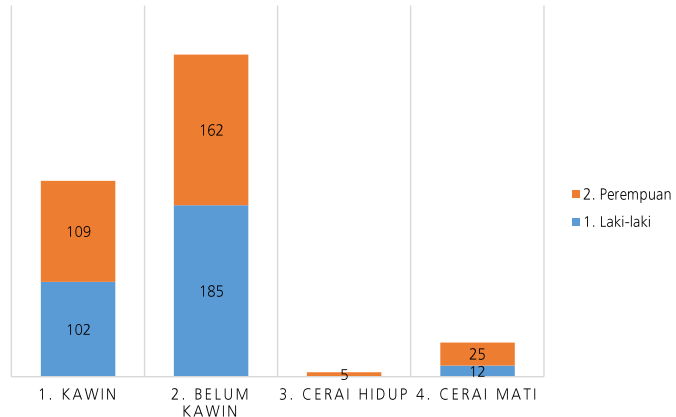
Grafik 1.
Tabulasi Silang antara Status Hubungan Dalam Keluarga dan Jenis Kelamin

Berdasarkan Grafik 1., jumlah penduduk laki-laki lebih besar dibandingkan jumlah penduduk perempuan di Desa Marbun Toruan. Hal ini juga selaras dengan jumlah laki-laki yang menjadi kepala keluarga lebih besar dibandingkan dengan jumlah perempuan yang menjadi kepala keluarga di Desa Marbun Toruan. Terdapat 23 kepala keluarga perempuan yang dapat menjadi perhatian Desa Marbun Toruan dalam program pemberdayaan perempuan.

Program pemberdayaan perempuan pedesaan didukung oleh UU Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa⁶³. UU Desa memberikan harapan baru bagi perempuan pedesaan untuk mewujudkan keberdayaan Pemerintahan Desa dan masyarakat desa. Perencanaan pembangunan desa perlu mengalokasikan dana, program, dan pemberdayaan bagi perempuan pedesaan⁶⁴.

63 <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2014/6TAHUN2014UU.htm>

64 <http://www.koalisiperempuan.or.id/2017/10/17/menghapus-kemiskinan-melalui-pemberdayaan-perempuan-pedesaan/>

**Grafik 2.**

Tabulasi Silang antara Status Perkawinan dan Jenis Kelamin

Program pemberdayaan perempuan pedesaan yang dapat diusulkan, antara lain pelatihan kewirausahaan dalam skala Usaha Kecil dan Menengah (UKM), program penyuluhan kesehatan, edukasi tentang sanitasi dan jamban sehat, dan berbagai pelatihan yang dapat menjawab masalah yang sehari-hari ditemukan dalam masyarakat, baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun politik⁶⁵.

Berdasarkan Grafik 2., jumlah penduduk yang belum kawin lebih besar dibandingkan jumlah penduduk yang kawin di Desa Marbun Toruan. Mengingat penduduk yang belum kawin masih berada dalam usia produktif, maka program-program yang dilakukan di desa dapat dilakukan guna mewujudkan inovasi potensi desa yang berkesinambungan.

Melalui penerbitan Peraturan Menpora Nomor 32 Tahun 2016 Tentang Sentra Pemberdayaan Pemuda (SPP), Kementerian Pemuda dan Olahraga ingin membangkitkan kembali kejayaan kegiatan kepemudaan seperti masa lalu, serta mengangkat ikon pemberdayaan pemuda, khususnya di desa⁶⁶. Pengadaan perpustakaan pemuda dan rumah diskusi, GOR Pemuda, dan kewirausahaan pemuda dapat dilakukan untuk akomodasi gagasan dan ide dari para pemuda akan pembangunan yang dilakukan di Desa Marbun Toruan.

Selain itu, kegiatan bulanan untuk acara pemuda juga dapat digalakkan, baik dalam bentuk kegiatan kekeluargaan, kegiatan keagamaan, dan berbagai kegiatan lainnya untuk

65 <http://www.berdesa.com/desa-harus-genjot-program-pemberdayaan-masyarakat-siapkah/>

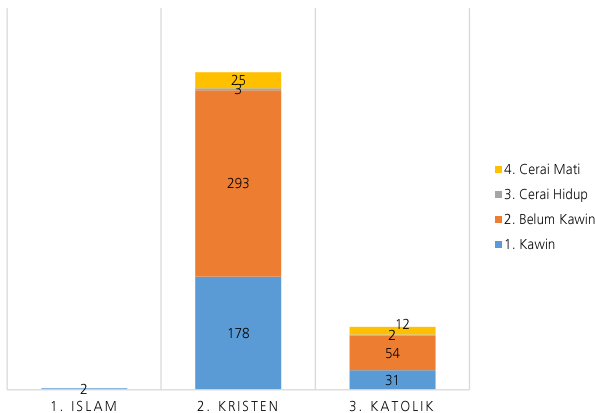
66 <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/04/09/p6wvr5291-kemenpora-rintis-model-sentra-pemberdayaan-pemuda-desa>



Gambar 3.
 Website Resmi Desa Marbun Toruan⁷⁶

melatih kekompakan pemuda/i yang ada di Desa Marbun Toruan, serta terlibat aktif dalam upaya pembangunan desa secara berkesinambungan.

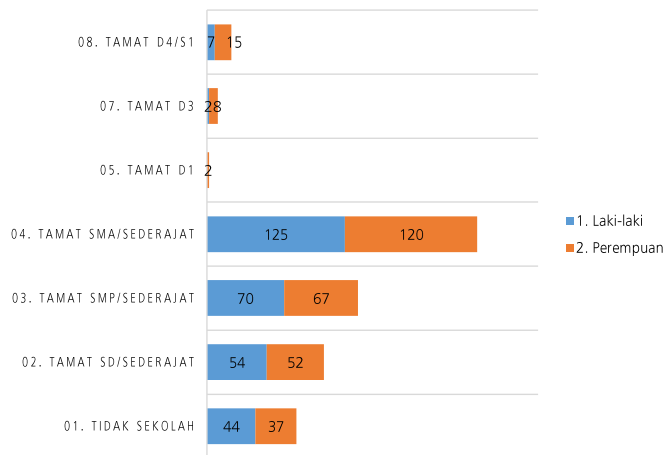
Pelatihan informasi dan teknologi dalam pemanfaatan internet juga dapat dilakukan kepada pemuda Desa Marbun Toruan agar website desa yang tersaji di <http://marbuntoruan.sideka.id/> dapat dilengkapi dan diisi secara lengkap, serta menarik minat wisatawan untuk berkunjung melalui promosi via media sosial, baik itu Facebook, Twitter, Instagram, dan berbagai media sosial lainnya yang diminati oleh masyarakat secara umum.



Grafik 3.
 Tabulasi Silang antara Agama dan Status Perkawinan

Berdasarkan Grafik 3., sebagian besar penduduk di Desa Marbun Toruan menganut agama Kristen dan Katolik, maka dari itu pendekatan kepemimpinan dari tokoh agama dapat dilakukan dalam pembuatan kebijakan desa. Pemerintah desa dapat melibatkan tokoh-tokoh agama dalam memetakan potensi, serta menyusun rencana perkembangan pembangunan desa bersama dengan aparat dan masyarakat desa. Diharapkan melalui pendekatan ini, perkembangan pembangunan yang adil dan merata tidak hanya melibatkan kelembagaan umum, badan, dan pihak pemerintahan vertikal di atasnya, tetapi juga dapat dilakukan melalui tokoh agama dan masyarakat desa setempat⁶⁸.

Melalui ajaran agama, sosialisasi kebijakan dan program bagi masyarakat Desa Marbun Toruan dapat disusun berlandaskan nilai-nilai keagamaan yang ada di Desa Marbun Toruan, yakni Kristen dan Katolik, sehingga program yang dilakukan senantiasa bermanfaat, sekaligus juga menyentuh sisi spiritual dari masyarakat di Desa Marbun Toruan.



Grafik 4.
Tabulasi Silang antara
Tingkat Pendidikan dan Jenis
Kelamin

Berdasarkan Grafik 4., jumlah penduduk yang tamat SMA/ sederajat di Desa Marbun Toruan paling besar, yakni sebanyak 245 orang dengan komposisi 125 orang laki-laki dan 120 orang perempuan. Diikuti jumlah penduduk yang tamat SMP/ sederajat, tamat SD/ sederajat, dan tidak sekolah. Mengingat tingkat pendidikan mayoritas penduduk Desa Marbun Toruan berada di tamatan SMA/ sederajat, maka perangkat desa dapat

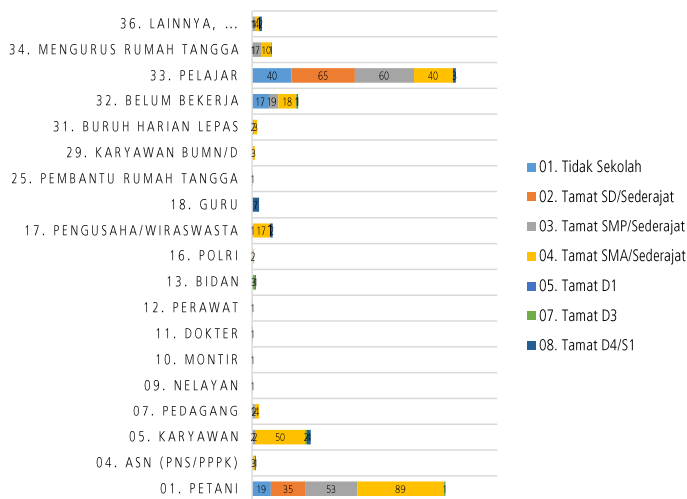
68 <https://www.pedekik.com/inilah-peran-tokoh-agama-dalam-pembangunan-desa/>

memberikan kursus keterampilan untuk berbagai potensi yang ada di desa, baik dalam bidang pertanian, pariwisata, maupun kuliner.

Kursus dapat diberikan untuk melengkapi kemampuan (*soft skill*) dalam menjalankan usaha yang ada di Desa Marbun Toruan, misalnya keterampilan memasak, membuat ulos, membuat cinderamata, Bahasa Inggris, pemandu wisata, dan lain sebagainya.

Mengingat potensi yang besar dari lokasi geografis Desa Marbun Toruan yang berada di dekat Danau Toba, maka aparat desa harus aktif dalam menyusun program yang sesuai dengan potensi desa. Komitmen dari Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) untuk terus berupaya meningkatkan kualitas atau mutu aparatur pemerintahan desa harus dimanfaatkan dalam meningkatkan kapasitas modal insani yang ada di Desa Marbun Toruan⁶⁹. Dalam hal ini, aparat desa harus menyusun proposal kegiatan pemberdayaan modal insani desa sesuai dengan anggaran kebutuhan yang ada di lapangan, baik itu kursus, pelatihan, ataupun pendampingan guna memaksimalkan potensi yang dimiliki desa.

Berdasarkan Grafik 5., penduduk Desa Marbun Toruan yang berprofesi sebagai petani paling besar didominasi oleh orang yang tamat SMA/ sederajat. Sementara itu, mayoritas



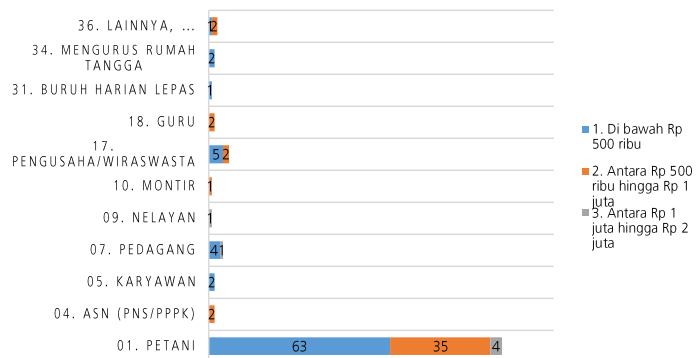
Grafik 5.
 Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Tingkat Pendidikan

69 <http://www.soreangonline.com/2018/07/banyak-aparatur-desa-tingkat-pendidikannya-dibawah-rata-rata/>

penduduk di Desa Marbun Toruan masih berstatus pelajar. Mengingat sebagian besar penduduk Desa Marbun Toruan merupakan petani, maka teknologi pertanian dan pelatihan tentang teknik pertanian yang baik dapat menjadi sektor yang dikembangkan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat desa dalam sektor agraria.

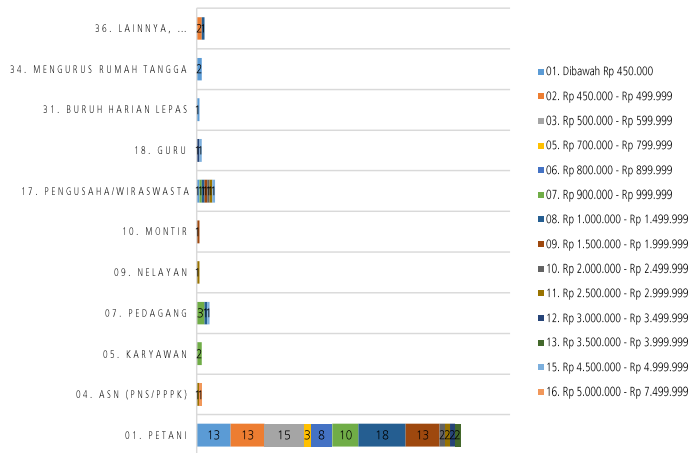
Pelatihan keterampilan usaha terpadu yang diberikan kepada kelompok masyarakat petani dapat dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap dari masyarakat setelah pelatihan, dan dapat dijadikan upaya pemenuhan kebutuhan, baik untuk konsumsi maupun dijual ke pasar. Model pelatihan yang dilakukan tentu dirancang dan disesuaikan dengan standar kebutuhan masyarakat setempat, misalkan teknik pembibitan, teknik pengairan, teknik pemupukan, dan lain sebagainya. Diharapkan melalui pelatihan keterampilan usaha terpadu, masyarakat yang sebelumnya hanya mampu bertani sayur-sayuran dengan diberikan pelatihan keterampilan usaha terpadu, mereka dapat bertambah kemampuannya untuk bertani dan berternak komoditas lain yang selama ini belum pernah dilakukan, dan mampu melakukan aktivitas jual beli dari masing-masing produk pertanian yang dihasilkan⁷⁰.

Sementara itu, mengingat mayoritas masyarakat di Desa Marbun Toruan masih menyandang status sebagai pelajar, maka Program Wajib Belajar 12 tahun hendaknya semakin digiatkan dan ekstrakurikuler yang dilakukan di sekolah, hendaknya bersentuhan langsung dengan kehidupan desa, sehingga kecintaan pelajar akan Desa Marbun Toruan sudah dibangun



Grafik 6.
Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Tingkat Pengeluaran per Bulan

70 <http://www.berdesa.com/petani-sebagai-pelaku-penting-dalam-memajukan-perekonomian-pedesaan/>



Grafik 7.
 Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Tingkat Penghasilan per Bulan

sejak dini⁷¹. Diharapkan dengan meningkatnya tingkat pendidikan di Desa Marbun Toruan, masyarakat semakin mampu dan kompeten dalam menyusun rencana pembangunan desa berdasarkan potensi dan sumber daya yang ada di Desa Marbun Toruan.

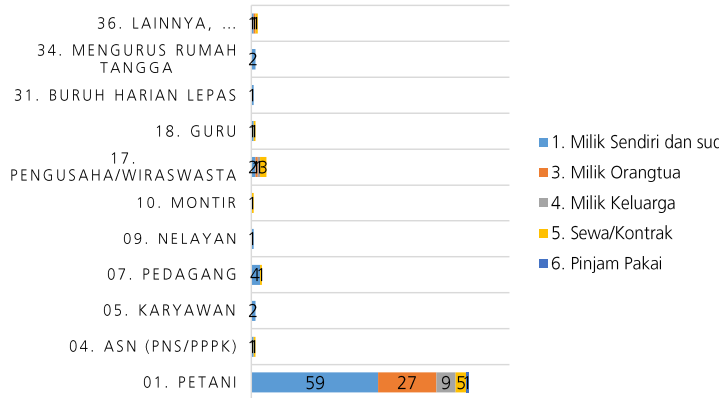
Berdasarkan Grafik 6., mayoritas penduduk Desa Marbun Toruan berprofesi sebagai petani dan memiliki pengeluaran per bulan di bawah Rp 500.000,00. Sementara itu, berdasarkan Grafik 7., mayoritas penduduk Desa Marbun Toruan memiliki penghasilan per bulan antara Rp 1.000.000,00 – Rp 1.499.999,00.

Mengingat penghasilan ekonomi masyarakat di Desa Marbun Toruan masih tergolong rendah, maka pelatihan kewirausahaan di bidang pangan dapat dilakukan untuk memastikan bahwa masyarakat Desa Marbun Toruan mampu mengelola potensi daerah yang dimilikinya⁷².

Dalam hal ini, petani tidak hanya menanam tanaman yang hanya menghasilkan panen dalam musim-musim tertentu, tetapi juga mengkombinasikan tanaman yang dipanen dengan tanaman yang dapat menghasilkan secara rutin untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

71 <https://nasional.sindonews.com/read/1139466/144/kemendikbud-upayakan-wajib-belajar-12-tahun-melalui-pip-1473918707>

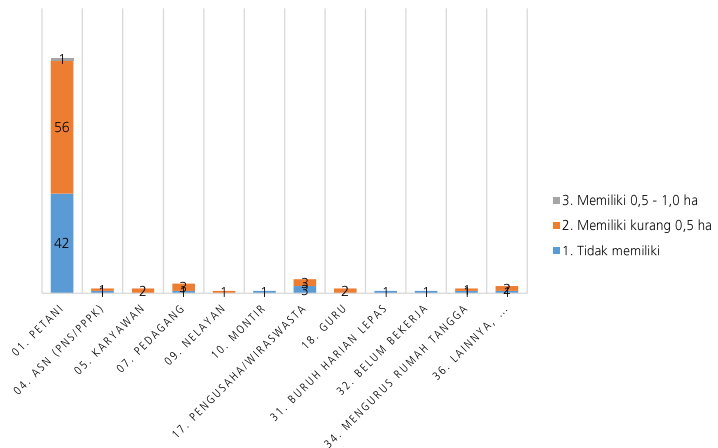
72 <https://www.borneonews.co.id/berita/91616-pelatihan-petani-untuk-tingkatkan-produktivitas>



Grafik 8.
Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Status Kepemilikan Rumah

Berdasarkan Grafik 8., mayoritas penduduk di Desa Marbun Toruan mempunyai tempat tinggal yang dimiliki sendiri dan sudah lunas, sehingga penghasilan dapat dialokasikan untuk sektor produktif, seperti membangun lahan dan pembibitan, selain untuk konsumsi sehari-hari. Penghasilan masyarakat juga dapat mulai dikumpulkan dalam wadah koperasi untuk pembangunan sektor penunjang pariwisata, seperti pemeliharaan tempat wisata (Air Terjun Jajji), pengadaan MCK, restoran, akomodasi, dan lain sebagainya.

Mengingat mayoritas tempat tinggal sudah dimiliki sendiri dan sudah lunas, maka penduduk Desa Marbun Toruan juga dapat bergabung dalam situs penginapan, seperti booking.com, Airbnb.com, hostelworld.com, dan berbagai website pencarian akomodasi lainnya untuk



Grafik 9.
Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Kepemilikan Lahan



Gambar 4.
Kondisi Lahan Pertanian di
Desa Marbun Toruan⁸²

menyediakan akomodasi sederhana yang layak bagi wisatawan yang berkunjung ke Desa Marbun Toruan. Masyarakat dapat menyiapkan kamar kosong yang tersedia di rumah masing-masing untuk dijadikan sebagai penginapan bagi wisatawan.

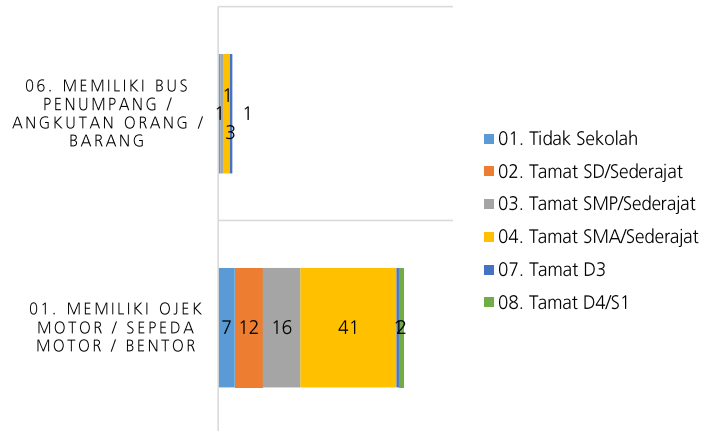
Berdasarkan Grafik 9., mayoritas penduduk di Desa Marbun Toruan mempunyai profesi sebagai petani dan memiliki lahan kurang dari 0,5 ha. Maka dari itu, keterlibatan organisasi pertanian Desa Marbun Toruan di Serikat Petani Indonesia (SPI) dapat memperjuangkan, mendistribusikan, dan mempertahankan tanah pertanian kepada para anggotanya. Selain itu melalui SPI, Desa Marbun Toruan juga bisa berdiskusi dan bertukar pikiran dengan kader-kader agroekologi dan mempraktikkan pertanian agroekologi di berbagai wilayah anggota SPI.

Diharapkan dengan bergabungnya petani ke dalam Serikat Petani Indonesia, Desa Marbun Toruan mampu membangun pusat perbenihan sebagai upaya untuk melakukan pemuliaan dan produksi benih. Selain itu, adanya koperasi petani Indonesia di basis-basis petani yang bergerak di bidang produksi, distribusi produksi, dan kebutuhan-kebutuhan kehidupan petani lainnya, juga diharapkan menjadi sebuah langkah baru untuk mengembangkan pertanian di Desa Marbun Toruan⁷⁴.

73 Dokumentasi Penulis

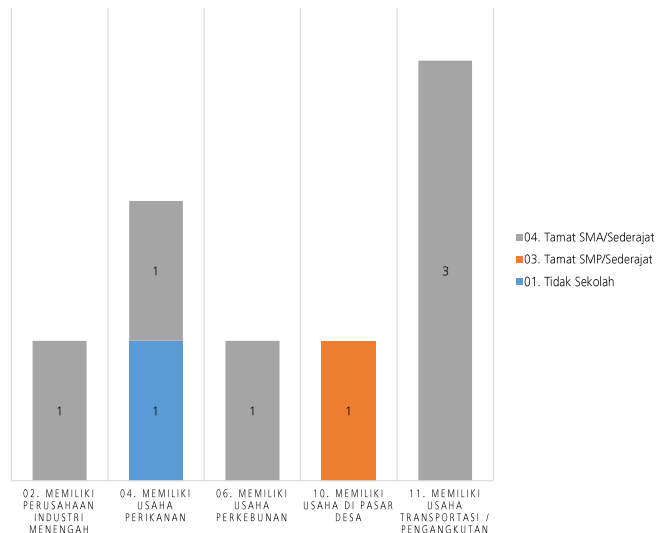
74 <http://www.spi.or.id/20-tahun-spi-memperkuat-organisasi-petani-menjadi-kekuatan-terdepan-dalam-memperjuangkan-kedaulatan-rakyat-untuk-keadilan-agraria-dan-kedaulatan-pangan/>

Grafik 10.
Tabulasi Silang antara Kepemilikan Transportasi Umum dan Tingkat Pendidikan



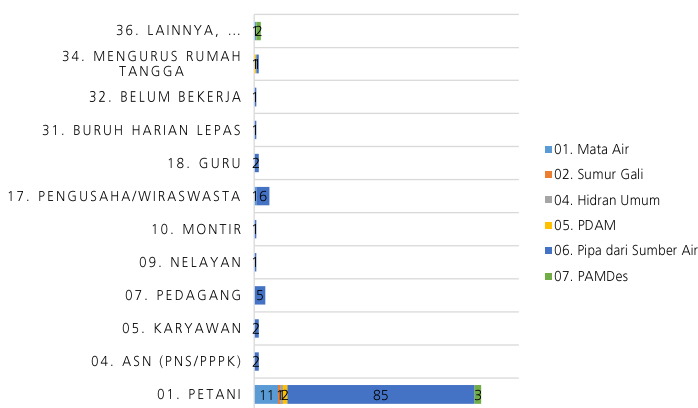
Berdasarkan Grafik 10., mayoritas penduduk Desa Marbun Toruan memiliki jenjang pendidikan terakhir tamat SMA/ sederajat dan memiliki transportasi umum berupa ojek motor/ sepeda motor/ bentor. Maka dari itu, bengkel perawatan motor bisa menjadi salah satu potensi Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) yang potensial untuk dikembangkan. Selain itu, jasa ojek untuk kunjungan wisata ke Danau Toba melalui Desa Marbun Toruan juga dapat diberdayakan masyarakat setempat agar kepemilikan sepeda motor ini dapat memberikan penghasilan tambahan bagi masyarakat Desa Marbun Toruan.

Grafik 11.
Tabulasi Silang antara Kepemilikan Usaha Ekonomi dan Tingkat Pendidikan



Berdasarkan Grafik 11., mayoritas penduduk Desa Marbun Toruan dengan tingkat pendidikan tamat SMA/ sederajat memiliki usaha transportasi/pengangkutan. Usaha transportasi ini hendaknya dikelola oleh desa secara kolektif agar konektivitas daerah di Desa Marbun Toruan dapat dijangkau dengan baik. Tak ketinggalan usaha transportasi atau pengangkutan ini dapat menjadi sektor yang potensial karena letak Desa Marbun Toruan yang berbatasan dengan Danau Toba, sehingga dapat dikembangkan menjadi transportasi komersil bagi wisatawan yang datang.

III. Infrastruktur dan Fasilitas Umum

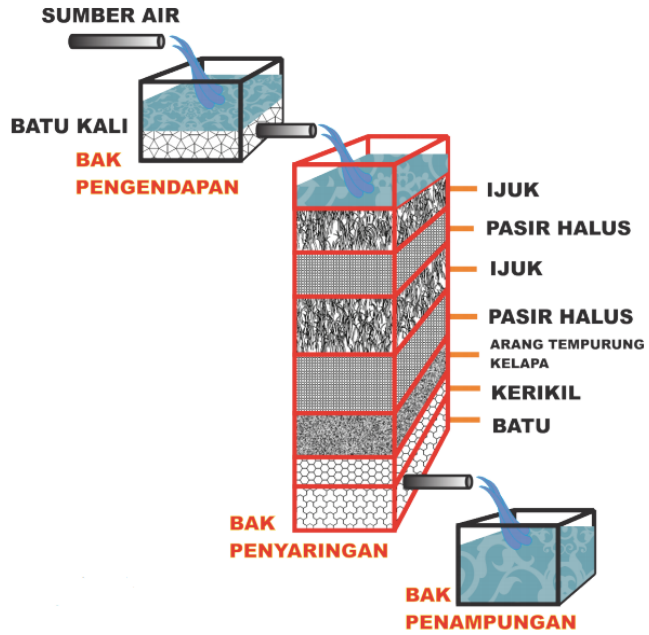


Grafik 12.
 Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Sumber Air Minum

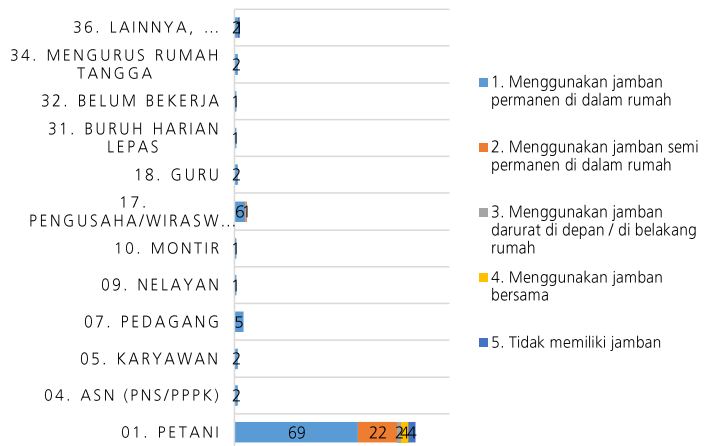
Berdasarkan Grafik 12., mayoritas penduduk Desa Marbun Toruan berprofesi sebagai petani dan mengandalkan pipa dari sumber air sebagai sumber air minum. Mengingat keberadaan Danau Toba yang tidak jauh dari Desa Marbun Toruan, maka Desa Marbun Toruan dapat menggunakan teknik penyaringan air secara tradisional agar kualitas air minum yang didapatkan aman untuk diminum oleh penduduk di Desa Marbun Toruan.

Berdasarkan Grafik 13., mayoritas penduduk di Desa Marbun Toruan menggunakan jamban permanen di dalam rumah. Secara umum, standar jamban permanen di Desa Marbun Toruan pun harus disesuaikan dengan standar kelayakan yang ada. Masalah jamban yang tidak higienis dapat memicu masalah kesehatan, sehingga Desa Marbun Toruan harus memberikan perhatian lebih pada peningkatan kualitas jamban⁷⁵.

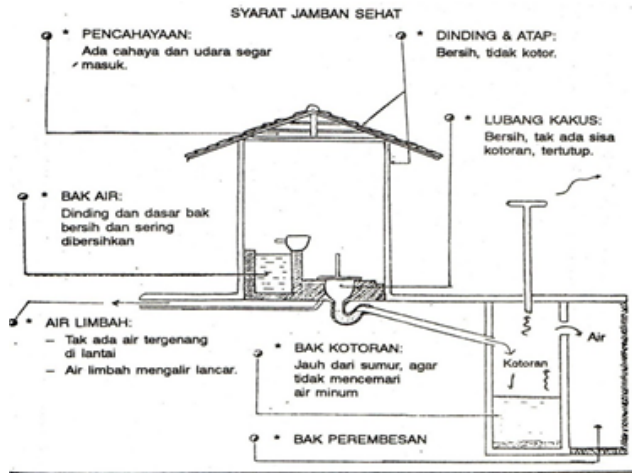
75 <https://www.republika.co.id/berita/koran/news-update/15/12/15/nzdsg724-perbaikan-sarana-mck-tingkatkan-derajat-kesehatan>



Gambar 5.
Teknik Penyaringan Air Sederhana⁸⁵



Grafik 13.
Tabulasi Silang antara Pekerjaan dan Penggunaan Jamban



Gambar 6.
Syarat Jamban Sehat⁸⁶

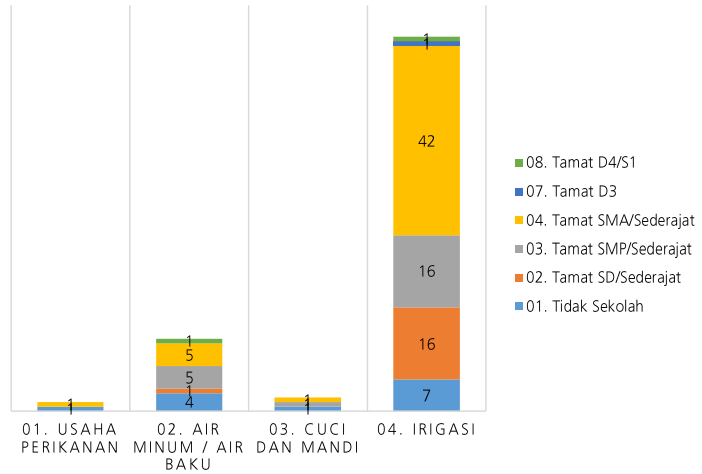
Menurut Departemen Kesehatan Republik Indonesia, terdapat beberapa kriteria dan syarat "Jamban Sehat", antara lain:

1. Tidak mencemari sumber air minum, letak lubang penampung berjarak 10-15 meter dari sumber air minum.
2. Tidak berbau dan tinja tidak dapat dijamah oleh serangga maupun tikus.
3. Cukup luas dan landai/miring ke arah lubang jongkok, sehingga tidak mencemari tanah di sekitarnya.
4. Mudah dibersihkan dan aman penggunaannya.
5. Dilengkapi dinding dan atap pelindung, dinding kedap air, dan berwarna.
6. Cukup penerangan.
7. Lantai kedap air.
8. Ventilasi cukup baik.
9. Tersedia air dan alat pembersih⁷⁸.

Berdasarkan Grafik 14., mayoritas penduduk Desa Marbun Toruan memiliki jenjang pendidikan tamat SMA/ sederajat dan memanfaatkan air untuk irigasi. Pemerintah melalui Menteri Desa, Pembangunan Desa Tertinggal dan Transmigrasi (DPDTT) menegaskan bahwa sumber daya air merupakan potensi yang bisa dikelola untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

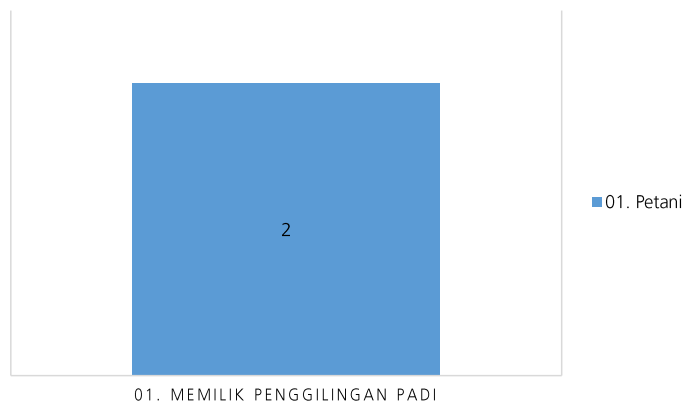
77 https://peraturan.bkpm.go.id/jdih/userfiles/batang/Permenkes_3_2014.pdf

78 <http://www.indonesian-publichealth.com/sanitasi-jamban/>



Grafik 14.
 Tabulasi Silang antara Pemanfaatan Air dan Tingkat Pendidikan

Guna mengatur aliran air dan sumbernya ke petak-petak sawah, diperlukan pengembangan sistem irigasi yang komprehensif. Berhubung keahlian para petani pemakai air sangat terbatas, maka aparat desa dapat meminta pemerintah untuk membantu desa dalam merancang dan mempersiapkan desain dan pelaksanaan pekerjaan melalui pemerintah Kabupaten dengan mendatangkan tenaga ahli dalam bidang air dan kontur tanah⁷⁹.



Grafik 15.
 Tabulasi Silang antara Profesi dan Aset Produksi

79 http://www.academia.edu/9069491/STANDAR_PERENCANAAN_IRIGASI

Pemanfaatan sumber daya air oleh desa paling tepat adalah melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa). BUMDesa adalah lembaga usaha desa yang dikelola bersama oleh masyarakat dan pemerintah desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa⁸⁰. Dalam hal ini, pengelolaan air bersih yang keberadaannya melimpah di Desa Marbun Toruan hendaknya dapat dilakukan dengan usaha air minum yang dikelola melalui BUMDesa, tidak hanya untuk irigasi semata.

Berdasarkan Grafik 15., terdapat 2 penduduk Desa Marbun Toruan memiliki aset produksi berupa penggilingan padi. Penggilingan padi yang ada dapat digunakan secara kolektif atau dikelola oleh Desa Marbun Toruan agar memberikan manfaat yang luas bagi petani yang ada di desa. Selain itu, dapat diusulkan juga kepada pemerintah untuk mendapatkan pelatihan tentang cara penggunaan dan pembibitan yang baik guna memaksimalkan potensi pertanian yang ada di Desa Marbun Toruan⁸¹.

IV. Pembangunan Berbasis Masyarakat (Community Based Development)

Pembangunan berbasis masyarakat adalah pembangunan yang menempatkan posisi masyarakat sebagai aktor/manajer pembangunan dan hanya sedikit melibatkan intervensi pihak lain, seperti LSM maupun pemerintah. Sumbangan pembangunan berbasis masyarakat dalam pembangunan berkelanjutan, di antaranya:

1. Meningkatkan kapasitas lokal, program pelatihan/transfer teknologi;
2. Program pemeliharaan fasilitas umum, termasuk pemeliharaan prasarana jaringan air minum pedesaan;
3. Masyarakat dapat menyampaikan aspirasi kepada pemerintah mengenai program program apa yang dibutuhkan dan bersifat krusial bagi masyarakat lokal⁸².

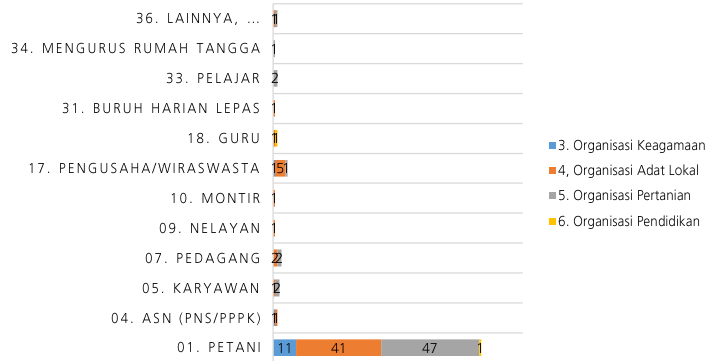
Berdasarkan Grafik 16. dan Grafik 17., mayoritas penduduk Desa Marbun Toruan memiliki tingkat pendidikan akhir tamat SMA/ sederajat, berprofesi sebagai petani, dan tergabung dalam organisasi pertanian. Mengingat organisasi pertanian dan organisasi adat lokal memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat Desa Marbun Toruan, maka

80 <https://nasional.kompas.com/read/2015/03/04/02041581/BUMDes.Diminta.Kelola.Bisnis.Air.Bersih.di.Des>

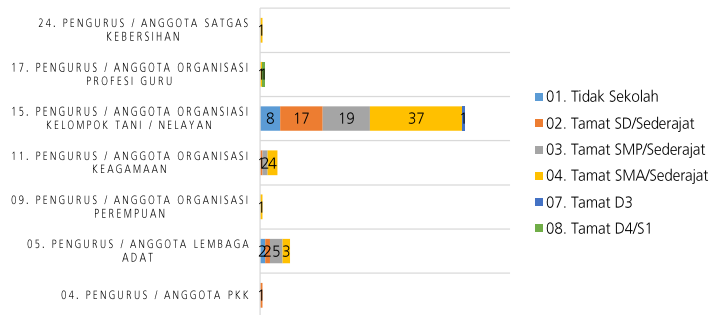
81 <https://regional.kompas.com/read/2017/09/10/22191301/menteri-desa-pelajari-model-penggilingan-padi-modern-di-sukabumi>

82 <http://www.worldbank.org/in/country/indonesia/brief/community-driven-development-in-indonesia>

Grafik 16.
Tabulasi Silang antara
Pekerjaan dan Keanggotaan
Organisasi



Grafik 17.
Tabulasi Silang antara
Tingkat Pendidikan dan
Kepengurusan Organisasi



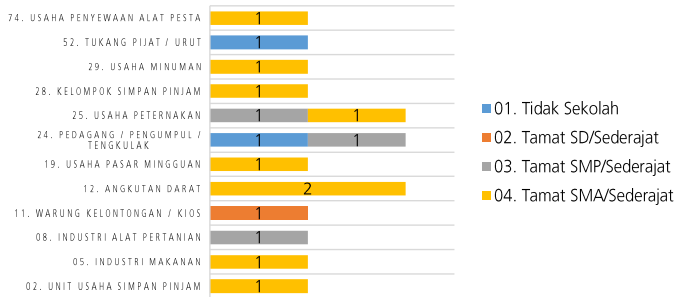
diplomasi kebijakan dan kegiatan hendaknya dilakukan melalui pendekatan keanggotaan organisasi.

Adapun organisasi pertanian Desa Marbun Toruan dapat bergabung dalam Serikat Petani Indonesia (SPI). Serikat Petani Indonesia didirikan pada tanggal 8 Juli 1998 di Kampung Dolok Maraja, Desa Lobu Ropa, Kecamatan Bandar Pulau, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara dengan tujuan sebagai wujud perjuangan petani Indonesia untuk memperoleh kebebasan berkumpul, berorganisasi, menyuarakan pendapat dan kemandirian ekonomi petani⁸³. Diharapkan organisasi pertanian Desa Marbun Toruan dapat turut berpartisipasi dalam menyuarakan aspirasi seputar pertanian di Indonesia melalui Serikat Petani Indonesia⁸⁴.

83 <http://www.spi.or.id/20-tahun-spi-memperkuat-organisasi-petani-menjadi-kekuatan-terdepan-dalam-memperjuangkan-kedaulatan-rakyat-untuk-keadilan-agraria-dan-kedaulatan-pangan/>

84 <https://sumut.antaranews.com/berita/173076/organisasi-petani-perkuat-perjuangan-lahan>

Sementara itu, organisasi adat lokal juga dapat berperan sebagai alat kontrol keamanan, ketentraman, kerukunan, dan ketertiban masyarakat. Baik preventif (pencegahan) maupun refresif (pengendalian) sesuai nilai-nilai dan kearifan lokal yang ada di Desa Marbun Toruan⁸⁵.



Grafik 18.
 Tabulasi Silang antara Kepemilikan Lembaga Ekonomi dan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan Grafik 18., mayoritas penduduk Desa Marbun Toruan memiliki jenjang pendidikan tamat SMA/ sederajat dan mempunyai lembaga ekonomi, seperti usaha penyewaan alat pesta, tukang pijat/urut, usaha minuman, kelompok simpan pinjam, usaha peternakan, pedagang, usaha pasar mingguan, angkutan darat, warung kelontong, industri alat pertanian, industri makanan, dan unit usaha simpan pinjam. Guna mendukung lembaga ekonomi yang dimiliki masyarakat, Desa Marbun Desa dapat membangun perbankan desa dalam bentuk koperasi yang memiliki peran sangat strategis, karena dapat bergerak pada semua sisi dan meningkatkan alokasi anggaran untuk kesertaan modal desa terhadap BUMDesa⁸⁶.

Melalui BUMDesa diharapkan tercipta kekuatan yang akan bisa mendorong terciptanya peningkatan kesejahteraan dengan cara menciptakan produktivitas ekonomi bagi desa dengan berdasar pada ragam potensi yang dimiliki desa⁸⁷.

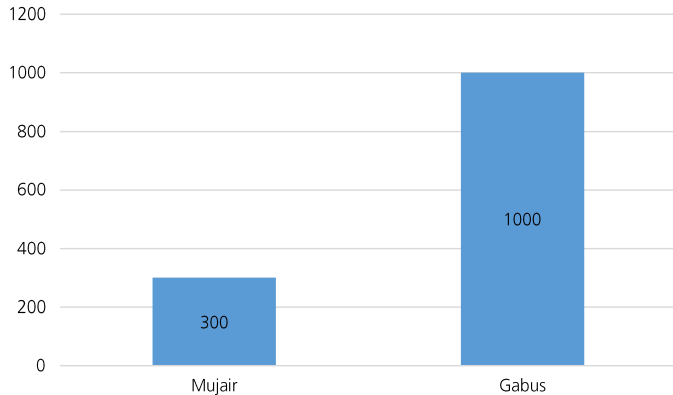
85 <http://gagasanriau.com/mobile/detailberita/27445/lembaga-adat-memiliki-peran-penting-dalam-membangun-desa>

86 <https://sumut.antaranews.com/berita/176299/bumdes-dituntut-lebih-inovatif>

87 <http://www.berdesa.com/informasi-lengkap-tentang-bumdes-yang-harus-anda-ketahui/>

V. Potensi Desa Marbun Toruan

5.1. Potensi Perikanan



Grafik 19.
Hasil Perikanan di Desa
Marbun Toruan

Berdasarkan Grafik 19., Desa Marbun Toruan memiliki potensi perikanan berupa mujair sebesar 300 kg dan gabus sebesar 1.000 kg per tahun. Melihat potensi ikan gabus yang melimpah, serta kandungan asam lemak, seperti *Eicosapentaenoic acid* (EPA), *Docosahexaenoid Acid* (DHA) yang berperan dalam menjaga fungsi otak dan retina mata, potensi sebagai antihipertensi karena kandungan protein yang dimilikinya, serta mendukung aktivitas antioksidan karena memiliki kandungan mineral seng, tembaga, dan besi di dalam tubuh ikan gabus, maka masyarakat Desa Marbun Toruan harus mengemas keunggulan ini menjadi sebuah produk lain, selain ikan segar yang dapat memiliki jangka waktu penyimpanan yang panjang⁸⁸.

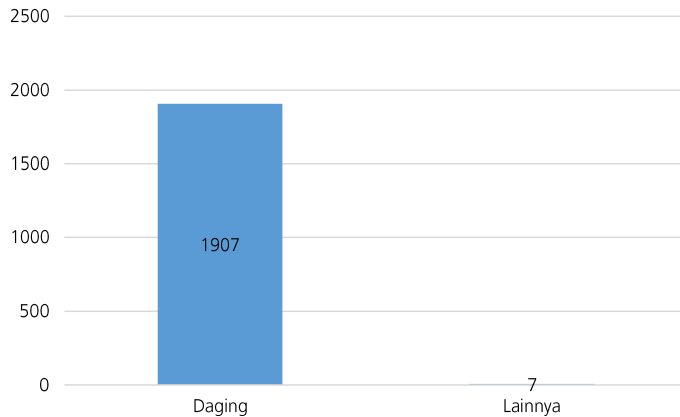
Masyarakat Desa Marbun Toruan dapat melakukan inovasi dalam menghasilkan produk yang berbahan dasar dari ikan, seperti abon ikan, maupun mengemas potensi ikan mujair dan gabus dalam kemasan yang awet dan tahan lama, serta dapat dijadikan oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung ke Desa Marbun Toruan⁸⁹.

88 <http://bangka.tribunnews.com/2018/03/17/hasil-peneliti-ipb-ikan-gabus-ternyata-berpotensi-sebagai-antioksidan-dan-antihipertensi>

89 <https://lamongankab.go.id/perikanan/index.php/2015/03/kandungan-gizi-dan-manfaat-ikan-nilamujaer-bagi-kesehatan.html>

Demikian juga dengan ikan mujair yang berkhasiat untuk mengurangi risiko kanker, jantung koroner, hipertensi, stroke, dan lain sebagainya⁹⁰. Ikan mujair juga dapat diolah dengan aneka jenis bumbu, dijadikan keripik, kerupuk, dan aneka panganan lainnya yang disukai oleh masyarakat⁹¹.

5.2. Potensi Peternakan



Grafik 20.
Hasil Peternakan di Desa Marbun Toruan

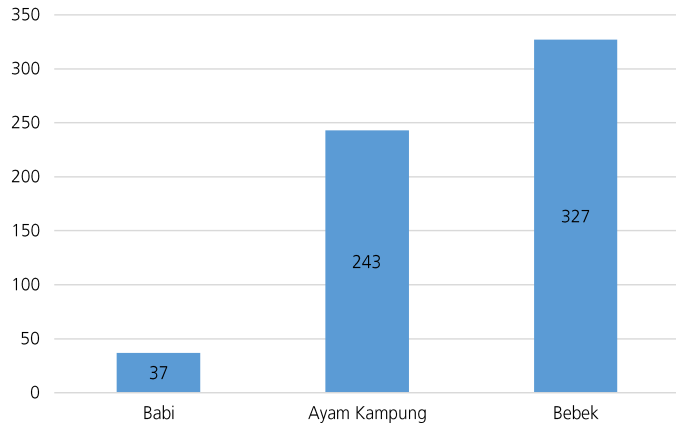
Berdasarkan Grafik 20., Desa Marbun Toruan mempunyai hasil ternak terbesar, yakni daging sebanyak 1.907 kg per tahun. Potensi daging yang melimpah ini dapat digunakan untuk konsumsi ataupun dijual ke daerah lain dalam rangka memenuhi permintaan pangan. Perawatan hewan ternak yang baik perlu dilakukan agar daging yang dihasilkan dari hewan ternak tersebut memiliki kualitas terbaik dan dapat dijual dengan harga yang tinggi.

Berdasarkan Grafik 21., Desa Marbun Toruan mempunyai tiga jenis hewan ternak terbanyak, yakni bebek, ayam kampung, dan babi. Maka dari itu, pola pemeliharaan hewan ternak harus diperhatikan agar hewan ternak yang ada di Desa Marbun Toruan dapat dikembangkan dengan baik dan memberikan hasil yang optimal bagi perekonomian lokal di desa. Proses budidaya hewan ternak ini harus dilakukan, mulai dari pembibitan, pemberian pakan, hingga pengaturan kondisi kandang⁹².

90 <http://duniaikan.com/manfaat-ikan-mujair/>

91 <https://economy.okezone.com/read/2011/12/26/320/547298/bisnis-keripik-ikan-mujair-bisa-kuliahkan-anak>

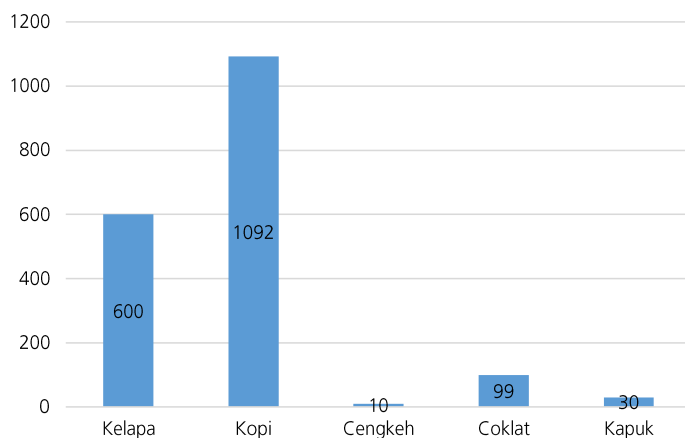
92 <http://www.berdesa.com/peluang-usaha-ternak-di-desa-modal-kecil-untung-besar/>

**Grafik 21.**

Jenis Hewan Ternak di Desa Marbun Toruan

5.3. Potensi Perkebunan

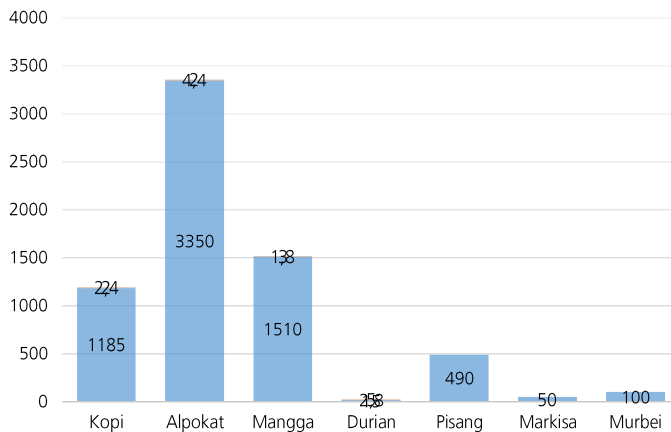
Berdasarkan Grafik 22., Desa Marbun Toruan mempunyai hasil kebun berupa kopi sebanyak 1.092 kg dan kelapa 600 kg per tahun. Ragam produk turunan kopi, seperti masker kopi untuk mencegah penuaan kulit, sabun kopi, permen kopi, *pudding* kopi, tiramisu, donat kopi, dan kue kopi dapat dibuat untuk meningkatkan nilai jual dari produk kopi⁹³.

**Grafik 22.**

Hasil Perkebunan di Desa Marbun Toruan

93 <http://goukm.id/usaha-olahan-kopi/>

Demikian halnya dengan kelapa, dapat dibuat menjadi permen, santan, minuman segar, dan lain sebagainya⁹⁴. Maka dari itu, pembekalan dan pelatihan untuk produk unggulan Desa Marbun Toruan menjadi penting agar masyarakat tidak terjebak untuk menjual potensi perkebunan unggulan secara langsung, melainkan dapat diolah, sehingga dapat memasuki industri yang lebih luas dengan ragam produk yang berbeda.



Grafik 23.
Hasil Buah di Desa Marbun Toruan

Berdasarkan Grafik 23., Desa Marbun Toruan mempunyai potensi buah, yakni alpokat sebesar 3.350 kg, kopi sebesar 1.185 kg, dan mangga sebesar 1.510 kg per tahun⁹⁵. Banyak sekali ragam produk olahan yang dapat dilakukan dari alpokat, kopi, dan mangga, yakni mulai dari rujak, es buah, minuman segar, keripik, selai, dan lain sebagainya⁹⁶.

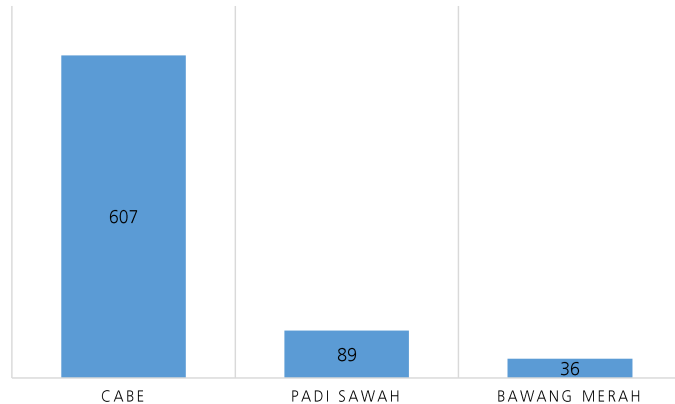
5.4. Potensi Pertanian

Berdasarkan Grafik 24., Desa Marbun Toruan mempunyai potensi pangan berupa cabe sebesar 607 kg, diikuti padi sawah sebesar 89 kg, dan bawang merah sebesar 36 kg per tahun. Desa Marbun Toruan dapat membuat aneka ragam panganan yang menggunakan cabe, seperti sosis cabai, manisan cabai, sirup cabai, permen cabai 'Hot', puding cabai, dan

94 <https://bisniskeuangan.kompas.com/read/2016/04/18/154446826/Industri.Lakukan.Inovasi.Potensi.Buah.Kelapa>.

95 <https://brilicious.brilio.net/kuliner/nggak-melulu-dijus-alpukat-bisa-kamu-kreasi-jadi-22-olahan-ini-160419r.html>

96 <https://bacaterus.com/cara-mengolah-alpukat/>



Grafik 24.
Hasil Pertanian di Desa Marbun Toruan

cokelat mercon⁹⁷. Demikian juga padi sawah dan bawang merah yang dapat diolah dalam bentuk ketan, bawang goreng, dan berbagai bentuk makanan olahan lainnya.

Sebagai tindak lanjut dari ragam potensi yang ada di Desa Marbun Toruan, maka pelatihan dalam bidang pengolahan pangan, pengemasan, hingga promosi penjualan menjadi program kegiatan penting yang dapat dikembangkan di Desa Marbun Toruan agar penjualan hasil potensi perikanan, peternakan, perkebunan, dan pertanian tidak semata berhenti pada komoditas mentah, melainkan masyarakat dapat memberikan nilai tambah dalam produk yang dijual.

VI. Pengembangan Pariwisata Desa Marbun Toruan

Sektor pariwisata menjadi aset potensial yang dapat dikembangkan oleh Desa Marbun Toruan. Keberadaan Dermaga Marbun Toruan yang dibangun pemerintah dapat menjadi pintu masuk pariwisata dari Danau Toba dan Pulau Samosir ke Desa Marbun Toruan⁹⁸. Maka dari itu, masyarakat Desa Marbun Toruan harus berbenah dalam mempersiapkan kunjungan wisatawan domestik maupun asing dengan penyediaan rumah makan yang memadai, fasilitas MCK di tempat wisata, adanya penginapan warga atau BUMDesa yang dapat dimanfaatkan untuk membangun akomodasi sederhana, dan lain sebagainya.

97 <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3637402/di-tangan-warga-surabaya-cabai-jadi-beragam-olahan-menarik>

98 <http://www.medanbisnisdaily.com/news/read/2018/04/24/345027/dermaga-marbun-toruan-dibangun-di-baktiraja/>



Gambar 7.
Perbatasan Desa Marbun
Toruan dengan Danau
Toba¹⁰⁸

99

Melihat prioritas dana desa yang ditetapkan Kementerian Desa PDTT adalah peningkatan investasi ekonomi, dukungan peningkatan ekonomi dari BUMDesa, peningkatan ketahanan pangan, bantuan hukum masyarakat desa, promosi kesehatan masyarakat, kegiatan pengelolaan hutan/pantai/desa, dan edukasi pelestarian lingkungan hidup, maka dari itu Desa Marbun Toruan dapat memanfaatkan dana desa ini bukan hanya untuk sektor pertanian, tetapi juga sektor strategis seperti pariwisata.

Lokasi geografis Desa Marbun Toruan yang strategis, keindahan alam, potensi wisata, baik Air Terjun Janji di Desa Marbun Toruan maupun Istana Raja Sisingamangaraja di Desa Sinambela, hendaknya dimanfaatkan sebagai peluang yang baik untuk mengembangkan potensi pariwisata melalui BUMDesa guna meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan penduduk Desa Marbun Toruan.



Gambar 8.
Air Terjun Janji¹⁰⁹



Gambar 9.
Pemandangan Desa Marbun
Toruan dari Ketinggian¹¹⁰

100 Dokumentasi Penulis
101 Dokumentasi Penulis

B. Penutup



Gambar 10. Tim peneliti Universitas Katolik Parahyangan bersama Kepala Desa Marbun Toruan dan mahasiswa Universitas Katolik Santo Thomas Medan di Kantor Kepala Desa Marbun Toruan¹¹¹

Sebagai bentuk rekomendasi, Desa Marbun Toruan dapat:

1. Membuat program pemberdayaan perempuan pedesaan
2. Membuat program pelatihan keterampilan usaha terpadu
3. Membuat program pemberdayaan modal insani bagi aparatur desa
4. Membuat program pemberdayaan pemuda
5. Membuat program dan sosialisasi “Jamban Sehat”
6. Keterlibatan organisasi tani Desa Marbun Toruan dalam Serikat Petani Indonesia
7. Mengadakan pelatihan kewirausahaan
8. Mengadakan pelatihan teknologi informasi di desa

9. Mengoptimalkan Sumber Daya Air yang dimiliki dengan usaha air minum dalam kemasan dengan merek lokal, misalkan "Toba" dalam bentuk BUMDesa
10. Memaksimalkan potensi perikanan, peternakan, perkebunan, dan pertanian yang dimiliki, serta membuat inovasi produk untuk meningkatkan nilai jual produk
11. Mempersiapkan sektor pariwisata yang holistik, mulai dari infrastruktur jalan, restoran, penginapan, dan fasilitas umum
12. Mendorong kesiapan masyarakat dalam menyambut wisatawan yang datang, baik dalam pelatihan sikap maupun keterampilan dalam bidang pariwisata

Contoh Rencana Bisnis Desa Marbun Toruan

“Keripik Alpukat”

Disusun oleh

Josephine Devina Kurniawan¹

Atanasius Vito Kristianto²

Juniper Fernando Sinaga³

Rico Denil Stefanus Purba⁴

Kevin Soedono Ajie Karsono⁵

1. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

1.1. GAMBARAN KONDISI PASAR/KEBUTUHAN PASAR

Kondisi pasar pada saat ini dalam hal makanan atau kuliner selalu bertumbuh, hal ini dikarenakan makanan merupakan kebutuhan utama manusia oleh karena itu kebutuhan akan pasar ini akan selalu tinggi ditambah dengan berbagai variasi produk yang dihasilkan mengakibatkan pasar menjadi tidak cepat jenuh dan intensitas masyarakat untuk membeli suatu produk akan selalu ada.

1.2. PRODUK/JASA YANG DIHASILKAN

Produk yang kami hasilkan berupa Keripik yang berbahan dasar buah alpukat. Desa Marbun Toruan memiliki hasil kebun berupa buah alpukat yang sampai 3.350 kg dalam satu tahun. Dengan demikian, kami memutuskan untuk membuat Keripik berbahan dasar buah alpukat dan dijadikan salah satu oleh oleh khas dari desa Marbun Toruan yang bisa dikomersilkan ke berbagai kota besar di Indonesia. Dalam keripik alpukat ini selain memiliki keunggulan rasa yang unik serta memiliki berbagai macam manfaat untuk kesehatan, beberapa manfaat kandungan yang terdapat dalam alpukat yaitu ;

1,2,3,4,5 Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan

- **Protein**
Protein adalah salah satu kandungan nutrisi buah alpukat. Alpukat menyediakan semua 18 asam amino esensial yang diperlukan bagi tubuh untuk membentuk protein lengkap.
- **Karotenoid**
Alpukat merupakan sumber terbaik dari karotenoid dan *phytonutrient*. Alpukat, juga dikenal sebagai buah yang menawarkan beragam jenis karotenoid tidak hanya seperti beta-karoten, alfa-karoten dan lutein, tetapi juga varietas yang kurang dikenal dari jenis *phytonutrient* seperti *neoxanthin*, *zeaxanthin*, *chrysanthemaxanthin*, *neochrome*, *beta-cryptoxanthin* dan *violaxanthin*. Mengonsumsi makanan yang kaya karotenoid, tubuh kamu akan menerima banyak asupan vitamin A yang baik untuk kesehatan mata.
- **Lutein**
Salah satu kandungan nutrisi yang paling penting dari alpukat adalah lutein, yaitu senyawa karotenoid, *phytonutrient* dan antioksidan alami. Satu buah alpukat mengandung 81 mcg *lutein* yang dapat membantu kesehatan mata.
- **Vitamin dan Mineral**
Alpukat mengandung hampir 20 vitamin dan mineral yang berbeda
- **Anti-inflamasi**
Efek kombinasi dari nutrisi yang terkandung dalam alpukat menawarkan manfaat besar sebagai anti-peradangan.
- **Natrium (Sodium) dan Kolesterol**
Natrium (Sodium) dan kolesterol yang terkandung dalam alpukat.

Berdasarkan data yang diperoleh, produk keripik alpukat tersebut menjadi keripik yang memiliki rasa yang unik serta keripik yang memiliki berbagai macam manfaat yang terkandung di dalamnya yang sangat bermanfaat bagi kesehatan.

1.2.1. KEUNGGULAN YANG DIMILIKI

Keunggulan dari Keripik Alpukat yaitu Originalitas, produk ini belum banyak di pasaran, belum ada produsen besar yang mengolah keripik dengan bahan dasar buah alpukat. Dalam sisi relevansi, produk ini dapat menjadi pilihan opsional lain untuk camilan yang dapat dikonsumsi masyarakat luas. Produk ini dapat pula dikembangkan secara komersial di berbagai kota besar bahkan bisa diekspor sampai keluar negeri. Produk ini dikemas pula dengan bahan ramah lingkungan yang mudah ditutup dan dibuka kembali sehingga dapat dikonsumsi dengan jangka waktu yang lebih lama. Biaya produksi keripik alpukat ini sangat rendah karena diproduksi dengan skala kecil dan masih menggunakan alat-alat sederhana dalam proses produksinya dengan mengandalkan kompetensi dari masyarakat desa Marbun Toruan. Produk ini dapat pula berkompetisi dengan produk serupa yang sudah ada di pasaran saat ini, keripik alpukat ini mengikuti perkembangan jaman dengan mengembangkan makanan dalam bentuk yang lebih praktis dan ramah lingkungan. Dari sisi sustainable juga produk ini diharapkan dapat mempunyai fungsi jangka panjang sehingga dapat membantu untuk menghidupkan desa Marbun Toruan dengan meningkatnya perekonomian masyarakat sekitar serta memberikan pelatihan yang meningkatkan kemampuan masyarakat dalam hal berbisnis.

1.2.2. TARGET PASAR

Target pasar yang akan dibidik yaitu wisatawan atau pendatang dalam negeri maupun luar negeri yang berwisata ke Desa Marbun Toruan, masyarakat kota kota di sekitar desa tersebut, kota kota besar di Indonesia dan tempat tempat wisata yang tersebar di Indonesia serta tempat penjualan oleh oleh berbagai kota kota besar di Sumatera Utara.

1.3 TARGET PENJUALAN

1.3.1. STRATEGI PEMASARAN

Strategi utama yang akan dilakukan adalah dengan memperkenalkan produk melalui media sosial seperti Instagram, Twitter dan Facebook karena dapat menyebarkan informasi dengan sangat mudah dan cepat. Oleh karena itu para penduduk desa akan diberikan pelatihan untuk menggunakan internet dan media sosial serta dibuatkan akun Instagram, Twitter, dan Facebook agar dapat mengelola serta memasarkan produk keripik alpukat tersebut.

■ PENGEMBANGAN WILAYAH PEMASARAN

Untuk saat ini kami berencana untuk memasarkan produk keripik alpukat ini selain di Desa Marbun Toruan juga di seluruh tempat wisata di Sumatera Utara dan tempat penjualan oleh-oleh khas Sumatera di kota-kota Pulau Sumatera.

■ KEGIATAN PROMOSI

Kegiatan promosi yang akan kami lakukan adalah dengan melakukan cara cara berikut :

1. Konsisten Menjaga Kualitas Makanan
Cara promosi usaha makanan yang pertama adalah dengan menjaga kualitas dan rasa makanan. Promosi yang intens akan menjadi sia-sia bila kualitas makanan yang ditawarkan kepada konsumen kurang. Selain itu, mempertahankan kualitas yang sudah diciptakan sejak awal merupakan hal berikutnya yang harus tetap dijaga.
2. Cara Promosi Usaha Makanan dengan Memanfaatkan Momentum
Tidak setiap hari sebuah usaha makanan mendapat banyak kunjungan, bahkan terkadang bisa sangat sepi pembeli. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan ikut serta dalam kegiatan bazaar atau event-event lain, berpartisipasi dalam kegiatan bazar, eksibisi, pasar malam, dan perayaan momen tertentu akan membuat produk keripik alpukat kami selalu mendapat pasar yang lebih luas.
3. Membuat dan Menyebarkan Selebaran
Cara promosi usaha makanan dengan cara membagikan selebaran terbukti cukup efektif untuk mendapatkan perhatian dari orang-orang baru dan belum mengenal usaha makanan kami. Juga membuat selebaran yang dibuat dengan desain dan informasi yang mudah diingat oleh orang lain. Serta mencantumkan alamat dan kontak tempat usaha kami.
4. Membuat Stiker dan Memasangny di Tempat yang Mudah Terlihat
Cara promosi dengan membuat Stiker sudah cukup sering kita lihat. Dengan stiker ini dipasang di tempat yang cukup sering dilalui oleh orang-orang sehingga mudah terlihat khalayak ramai.

5. Membuat Peta Lokasi Usaha pada Kemasan Produk
Dalam melakukan kegiatan promosi, letak penjualan produk akan berpengaruh, maka dari itu, kelompok bisa membuat peta lokasi tempat usaha dan memasangnya pada kemasan makanan. Selain bisa menjadi media promosi gratis, kemasan makanan juga bisa menjadi penunjuk lokasi tempat usaha
6. Bergabung dengan Komunitas Tertentu
Untuk memperkenalkan produk keripik alpukat ini, kelompok dapat bergabung dengan komunitas yang masih relevan dengan bisnis kami. Dengan memiliki komunitas yang aktif, kegiatan saling berbagi informasi antar anggota akan memberikan peluang baru bagi bisnis terkait.
7. Memanfaatkan Media Sosial untuk Promosi
Media sosial dapat dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan promosi dengan tujuan melakukan *branding* dan membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat yang lebih luas. Memanfaatkan media sosial untuk promosi akan mengurangi biaya promosi, serta dapat mengumpulkan data base calon pelanggan potensial.
8. Perkenalkan Bisnis Anda ke Instansi Terdekat
Trik promosi yang satu ini cukup efektif agar langsung mendapatkan perhatian dari target market yang dibidik. Misalnya, kami menjual kuliner khas daerah, maka kami bisa menghubungi Dinas Pariwisata atau Department Perindustrian, dan instansi terkait, untuk bekerjasama membangun pariwisata dan juga memperkenalkan makanan khas daerah kepada turis yang datang.
9. Bekerjasama Dengan Agen Perjalanan
Ini adalah cara promosi usaha makanan yang tidak banyak dilakukan saat ini. Namun, jika kita bicara tentang kuliner khas daerah, maka akan sangat relevan bila bekerja sama dengan agen perjalanan. Kami bisa menawarkan komisi kepada partner yang bersedia membantu promosi kuliner kami. Setiap kali ada turis yang berbelanja ditempat kami atas rekomendasi si agen perjalanan, maka agen tersebut akan mendapatkan komisi.

10. Membuat Program Diskon di Momen Tertentu

Pada momen-momen tertentu, sebagian orang akan berbelanja lebih banyak dari sebelumnya. Misalnya pada hari Raya Idul Fitri atau hari Raya Natal. Buatlah program diskon pada momen-momen penting tersebut untuk menarik lebih banyak orang untuk berbelanja kuliner kami. Penjualan yang minim di hari-hari yang sepi pembeli akan tertutupi dengan penjualan besar-besaran di momen-momen tertentu. Dengan begitu, kami akan tetap mendapatkan keuntungan.

■ STRATEGI PENETAPAN HARGA

Strategi penetapan harga yang akan diterapkan adalah strategi penetapan berdasarkan biaya. Metode ini menentukan harga berdasarkan total biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk yang dijual, dan menumbuhkan jumlah persentase tertentu sebagai laba. Kami menggunakan *Cost-Plus Pricing Method* dalam menetapkan harga dari produk kami. Penetapan harga jual per unitnya berdasarkan biaya per unit ditambah jumlah tertentu sebagai laba atau margin ($\text{harga jual} = \text{biaya total} + \text{laba}$).

1.3.2. ESTIMASI PENCAPAIAN

Dalam memperhitungkan biaya yang akan dikeluarkan kami menggunakan komposisi biaya bahan baku (Rp. 10.000) + biaya lain-lain (Rp. 20.000) akan menghasilkan *total cost*. Kemudian total cost tersebut ditambahkan jumlah tertentu yang sudah disepakati sebesar 30%, gabungan dari biaya tersebut akan menghasilkan *final price sale* (sebesar Rp. 40.000) yang akan kami gunakan untuk menetapkan harga jual per unit dari produk kami. Kami memperkirakan estimasi penjualan sekitar 1000 unit per bulan dengan omzet Rp 40.000.000.

1.4. ANALISIS SWOT PRODUK dan PRODUK PESAING

KEUNGGULAN	KELEMAHAN
<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi bahan baku produk yang dekat dan melimpah • Banyak distributor bahan baku di wilayah tersebut • Menarik pada target konsumen yang suka mencoba hal baru • Lebih tahan lama dan mudah dibawa dibanding oleh oleh yang lain , seperti buah , bolu dll • Termasuk keripik yang sehat karena banyak mengandung vitamin dan kegunaan lainnya • Memiliki ciri khas tersendiri 	<ul style="list-style-type: none"> • Butuh waktu yang cukup lama untuk dapat diterima dan mendapat tempat tersendiri pada konsumen baru. • SDM yang belum berpengalaman dan baru pada kegiatan produksi ini • Alat produksi yang masih terbatas • Waktu produksi yang masih cukup lama karena alat alatnya terbatas
PELUANG	ANCAMAN
<ul style="list-style-type: none"> • Sumber daya produk yang melimpah di sekitaran desa ini • Sumber daya manusia yang cukup banyak • Merupakan produk unik yang dianggap beda dan menarik minat beli konsumen • Merangsang pembangunan infrastruktur yang berdampak masuknya teknologi sehingga dapat memudahkan proses produksi (alat produksi). 	<ul style="list-style-type: none"> • Produk serupa seperti keripik nangka dan dodol medan serta oleh oleh khas Sumatera lainnya yang telah mendapat tempat tersendiri di hati konsumen • Kenaikan dan penurunan harga dollar dan mata uang asing lainnya yang dapat mempengaruhi harga biaya bahan baku , seperti minyak , dan tepung dll. • Tingkat produk secara kuantitas yang belum dapat memenuhi jumlah permintaan yang melonjak secara tiba tiba

■ ANALISIS PRODUK PESAING

Produk yang memiliki segmen yang sama dengan produk kami adalah keripik nangka yang merupakan oleh-oleh khas dari Sumatera. Selain itu terdapat juga bolu meranti dan bika ambon yang juga sama-sama merupakan oleh-

oleh khas dari Sumatera, masing-masing dari oleh-oleh tersebut sudah memiliki tempat tersendiri di hati konsumen sehingga bagi kami yang merupakan produk baru dan merupakan pemain baru di segmen oleh-oleh harus memberikan kualitas produk yang lebih baik serta melakukan promosi dan pemasaran yang menarik agar dapat menarik minat masyarakat.

1.5. SALURAN DISTRIBUSI

WILAYAH PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI YANG DIRENCANAKAN

1. Wilayah Pemasaran Lokal 50%
 Regional 25%
 Nasional 25%

2. Jalur Distribusi Individu Distributor
 Industri Retailer
 Pemerintah Eksportir
 Lain – Lain

2. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

■ STRATEGI PRODUKSI

Strategi produk yang kami gunakan adalah metode *Make To Stock*. Pola produksi pada metode ini bertujuan untuk disimpan. Untuk mengantisipasi permintaan konsumen, perusahaan memproduksi produk dalam jumlah yang besar. Strategi yang digunakan dalam lingkungan manufaktur ini adalah mengusahakan agar jumlah produk yang dihasilkan meningkat jumlahnya dengan cara melakukan peramalan terhadap permintaan periode kedepan yang digunakan sebagai perencanaan produksi. Jadi secara singkat, sistem ini merujuk pada:

- Penetapan harga
- Pemberian merek
- Strategi distribusi
- Manajemen waktu

■ STRATEGI KEUANGAN

Dalam mengelola sebuah usaha, terlebih usaha kecil, kita harus pandai memisahkan antara uang pribadi dengan uang usaha. Jangan sampai uang

yang dipakai untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari ternyata diambil dari kas usaha. Jika penggunaannya bercampur, maka keuangan perusahaan tidak bisa termonitor dengan baik. Jangan heran kalau nantinya kas/modal perusahaan berkurang atau bahkan habis karena dipakai untuk keperluan pribadi. Strategi keuangan yang bisa diterapkan untuk mengantisipasi tercampurnya keuangan pribadi dan perusahaan adalah dengan membuat dua rekening yang terpisah. Dengan begitu, arus keluar masuk kas akan terlihat lebih jelas.

3. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

3.1. DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN SEKITAR

Kelompok kami telah menganalisa baik buruknya produk yang akan kami buat. Yaitu buruknya dari produk kami adalah, produk tersebut tidak tahan lama karena terbuat dari bahan-bahan organik seperti buah alpukat dan keripik yang terbuat dari singkong, maka kami akan menanggulangi masalah ini dengan kemasan yang akan kami buat dengan sedemikian rupa sehingga tidak ada angin atau udara yang masuk ke dalam produk kami. Selain itu kami juga mengantisipasi dengan waktu penjualan yang mengharuskan pembeli atau pelanggan memesan 2 hari sebelum memesan sehingga keripik masih dapat dimakan dalam jangka waktu yang lama ketika sampai di tangan pembeli. Kami bisa menerima pesanan pelanggan dari 2 atau 1 bulan sebelum, tetapi dengan catatan kami akan tetap membuat keripik tersebut beberapa hari sebelum dikirimkan agar tetap menjaga kualitas dari keripik tersebut. Selain kendala di atas, kami pun akan menanggulangi penjualan secara *online* ini dengan memasarkan nama produk kami dahulu agar lebih terkenal di telinga para pelanggan. Adapun jika kami akan menjualnya secara *offline* kami akan mencari tempat strategis untuk memasarkan produk kami. Seperti tempat yang menjual oleh-oleh khas Bandung.

3.2. ANALISIS RESIKO USAHA

Resiko dari usaha yang kami jalankan adalah potensi produk yang tidak diterima dengan baik di masyarakat karena belum terbentuknya *positioning* produk di masyarakat oleh sebab itu masyarakat akan cenderung untuk membeli oleh-oleh lain karena belum terbentuknya *image* produk di masyarakat, toko oleh-oleh tidak bersedia untuk memasukkan produk kami untuk dijual di toko mereka hingga gagalnya produk pada saat waktu produksi yang dapat menimbulkan kerugian.

3.3. ANTISIPASI RESIKO USAHA

Membangun *brand image* dan *positioning* produk di masyarakat sehingga produk dapat dikenal dan membekas di ingatan konsumen. Membuat promosi dan pemasaran semenarik mungkin tersebar lebih luas lagi agar produk dapat menarik minat masyarakat dan toko oleh-oleh bersedia untuk memasukkan produk kami untuk dipasarkan. Serta melakukan proses produksi dengan efisien dan efektif agar dapat meminimalisir kesalahan yang menyebabkan gagalnya produk saat waktu produksi sehingga kerugian akibat kegagalan produk dapat diminimalisir.

LAMPIRAN. FOTO INOVASI PRODUK/JASA



Contoh Rencana Bisnis Desa Marbun Toruan

“MACO – Marbun *Coffee Perfume*”

Disusun oleh

Nida Putri Shafina¹
Choiriyah Nurul Fadila²
Firda Sundari³
Hanita Wardhani⁴
Hafizatunnisa⁵

1. ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

1.1. GAMBARAN KONDISI PASAR/KEBUTUHAN PASAR

Pada saat ini di Indonesia kopi merupakan produk yang sedang berkembang di masyarakat, misalnya saja sekarang banyak sekali tempat kopi yang buka dan didatangi oleh banyak masyarakat, kopi itu sendiri mempunyai banyak manfaat untuk tubuh, misalkan membuat seseorang menjadi rileks, meningkatkan stamina dan menghilangkan stress sehingga masyarakat yang tidak menyukai kopi pun bisa menikmati aromanya. Gelang menjadi salah satu barang yang digunakan oleh kalangan remaja sebagai aksesoris, gelang juga menjadi barang yang banyak dijadikan sebagai merchandise oleh banyak influencer saat ini. Parfum menjadi salah satu hal yang sangat banyak digunakan oleh kaum pria maupun wanita, hal ini terjadi karena terkadang orang kurang yakin dengan penampilannya jika ia belum memakai parfum. Karena parfum membuat orang menjadi wangi dan membuat orang tersebut yakin dengan penampilannya.

Sesuai dengan kondisi pasar tersebutlah Kami terinspirasi untuk membuat produk gelang yang berbau kopi, karena menurut kami belum ada gelang yang mempunyai wangi - wangi yang tahan lama mirip dengan perfume, gelang juga akan laku di pasaran karena konsumen gelang tidak dibatasi oleh umur dan

1,2,3,4,5 Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan

jenis kelamin. Dilengkapi dengan bau kopi yang juga enak digunakan sebagai parfum, dan juga dapat menghilangkan stress serta bisa digunakan sebagai *aromatherapy*.

1.2. PRODUK/JASA YANG DIHASILKAN

Aroma kopi dipercaya dapat membuat pikiran lebih rileks dan memperbaiki mood, wangi kopi juga cocok untuk digunakan oleh laki-laki maupun perempuan. Sehingga kami pun terinspirasi untuk membuat parfum dengan aroma khusus kopi. Produk ini berupa parfume yang akan dikemas dalam bentuk gelang dimana nantinya produk tersebut akan dijual dengan nama merk yaitu "Maco Perfume" yang merupakan kepanjangan dari Marbun *Coffee Perfume*. Alasan mengapa kami menggunakan nama merek tersebut selain menggambarkan produk parfum dankopinya, kami juga ingin mempromosikan nama dari desa tempat penghasil kopi tersebut, yaitu Morbun Toruan, sehingga ketika produk ini sampai keluar kota lainnya atau ke masyarakat yang lebih luas, maka orang akan mengenal produk ini sekaligus mengenal nama desa tersebut.

Produk ini adalah inovasi baru yang merupakan produk hasil asosiasi antara gelang dan parfum dan kopi serta dilengkapi berbagai desain gelang yang unik dan ketahanan parfum selama seharian. Kemasan dan desain produk akan dibuat seunik mungkin dan terus menerus dilakukan pengembangan dalam artian kami akan membuat desain gelang terbaru terus menerus sesuai dengan trend dan keinginan pasar. Kualitas produk juga dibuat dengan baik dilengkapi tenaga kerja yang memadai dan biji kopi yang berkualitas kami akan membuat gelang parfum ini menjadi produk dengan nilai jual yang tinggi namun dengan harga yang terjangkau. Parfum akan dibuat tahan lama dan mudah digunakan serta tidak menciptakan limbah karena terbuat dari bahan bahan alami dan ramah lingkungan.

Sedangkan untuk penyebaran kami juga akan melakukan kerja sama dengan beberapa toko cenderamata, sehingga produk ini dapat didistribusikan dengan mudah. Produk ini akan menjadi cenderamata khas desa Morbun Toruan.

1.2.1. KEUNGGULAN YANG DIMILIKI

1. Originalitas (belum pernah dibuat orang lain)

Parfum dalam kemasan gelang ini belum pernah ditemui sebelumnya karena kebanyakan orang-orang menggunakan parfum yang ada dalam kemasan botol. Produk ini dapat menimbulkan kesan unik bagi konsumennya.

2. Relevansi (sesuai dengan kebutuhan masyarakat)

Banyak masyarakat membutuhkan suatu hal yang dapat meningkatkan kepercayaan dirinya. Salah satunya dengan memiliki kesegaran atas wewangian yang berasal dari tubuhnya.

3. Marketable (dapat dikembangkan secara komersil)

Produk-produk wewangian yang berbahan dasar kopi dapat dikembangkan secara komersil karena memiliki nilai jual yang menjanjikan jika dikemas dan terus ditambahkan inovasi-inovasi mengikuti perkembangan pasar yang ada.

4. User Friendly (praktis dan mudah digunakan)

Dengan memiliki konsep produk yang dikemas seperti aksesoris yaitu dalam bentuk gelang, akan memudahkan konsumen untuk menggunakan produk ini. Karena hanya dengan memakai parfum gelang itu, aroma wangi parfum akan timbul dengan sendirinya kemana pun.

5. Efisien (biaya produksi rendah)

Karena kopi yang menjadi bahan dasar utama yang dibeli langsung dari petani dapat menekan biaya produksi menjadi rendah.

6. Up to Date (sesuai dengan tren di masyarakat)

Saat ini baik kopi maupun produk wewangian sedang tren dikalangan masyarakat terutama anak muda, maka dari itu adanya produk ini tentu sesuai dengan tren yang ada di masyarakat.

7. Available (menggunakan sumber daya yang ada di sekeliling kita)

Produk-produk wewangian ini tentunya menggunakan sumber daya yang ada di Desa Morbun Toruan karena desa ini menghasilkan kopi cukup banyak.

8. Sustainable (mempunyai fungsi jangka panjang)

Jika dapat mengembangkan produk dan sumber daya dengan benar maka produk ini dapat memiliki fungsi jangka panjang

9. Ramah lingkungan (menggunakan bahan-bahan yang mampu didaur ulang)

Karena menggunakan sumber daya kopi maka dapat didaur ulang

1.2.2. TARGET PASAR

Target pasar dari produk yang kami buat adalah pria dan wanita dengan rentang umur remaja sampai dengan dewasa. Seperti yang kita tahu gelang bisa dipakai oleh pria maupun wanita, pria dan wanita pasti membutuhkan yang namanya parfum guna untuk menambahkan aroma wangi di sekitar tubuhnya, dan wangi kopi juga digemari oleh berbagai gender. Sedangkan rentang umur tersebut memang menjadi konsumen gelang terbanyak saat ini. Ini terjadi karena direntang umur remaja sampai dewasa itu seseorang akan sangat ingin terlihat tampil dengan mengikuti tren yang sedang booming. Hal itulah yang membuat kami menargetkan konsumen dari rentang umur remaja hingga dewasa.

1.3 TARGET PENJUALAN

1.3.1. STRATEGI PEMASARAN

Dalam menanggapi perubahan yang terjadi di masyarakat, perusahaan sebaiknya menggunakan strategi pemasaran yang kreatif dalam menyaingi kompetisi bisnis yang semakin tinggi.

Pada awal pengenalan produk, kami akan memberikan *free sample* dalam bentuk wewangian sehingga pengunjung bisa mencoba berbagai aroma terlebih dahulu sebelum memastikan untuk membeli. Selanjutnya kami juga akan menerapkan sistem *buy 1 get 1* dimana strategi ini dapat memperkenalkan produk yang baru sekaligus menghabiskan *stock* barang yang kurang diminati.

Kami juga akan menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram dan *Website* untuk memasarkan produk. Jika dirasa kurang maksimal, kami akan berkolaborasi dengan *public figure*, dan juga akan melakukan *event competition* yang bisa menarik minat netizen seperti membuat video competition dengan menggunakan produk kita, kegiatan ini bisa saja menjadi viral dan membuat produk dan desa Morbun Toruan semakin dikenal oleh khalayak ramai.

Selain menggunakan platform media sosial, kami akan menggunakan *guerilla promotion* yaitu menggunakan poster, spanduk, dan sticker yang menarik dari segi visual dan juga mampu menjadi viral.

■ PENGEMBANGAN WILAYAH PEMASARAN

Dalam pengembangan wilayah pemasaran, Marbun *Coffee* akan berusaha agar produk ini dapat menjadi produk yang selalu dicari atau dibutuhkan, karena produk ini tidak akan mengalami keberhasilan apabila daya minat dari masyarakatnya kurang. Maka dari itu, marbun coffee akan terus melakukan promosi yang baik dan dapat menarik minat konsumen.

Karena produk parfum ini merupakan produk yang baru dibuat oleh marbun coffee, maka tahap awal dalam melakukan pengembangan wilayah pemasaran adalah dengan memperkenalkan merk kepada konsumen secara gencar. Wilayah pemasaran yang akan direncanakan yaitu selain mendistribusikan produk kepada objek wisata yang terdapat di desa marbun, produk ini juga akan didistribusikan di objek wisata daerah Sumatera dengan sasaran yang dituju adalah para wisatawan bahkan turis asing yang berkunjung ke objek wisata tersebut. Selain melakukan distribusi ke objek wisata, produk ini juga akan dikenalkan di sebuah event-event tertentu, seperti misalnya menjadi sponsor atau dengan mengikuti acara pameran khas Marbun. Pemasaran dapat juga dikembangkan dengan memasuki dunia *e-commerce*. Melakukan penjualan secara online agar dapat dijangkau oleh konsumen yang ingin membeli produk parfum ini.

■ KEGIATAN PROMOSI

Promosi yang akan kami lakukan adalah dengan menggunakan beberapa media yang pertama menggunakan media cetak seperti poster dan spanduk di beberapa titik di daerah Sumatera sehingga orang-orang akan mengetahui bahwa di desa ini ada sebuah toko yang menarik untuk di kunjungi, yang kedua menggunakan media sosial seperti Facebook dan Instagram, di Instagram kami akan memasang iklan di insta story maupun di post instagram, selain itu untuk kegiatan awal promosi kami juga akan mengajak kerja sama beberapa selebgram atau public figure untuk kolaborasi mempromosikan Marbun *Coffee Perfume*.

Kami juga akan mengembangkan web desa Morbun Toruan untuk kegiatan promosi supaya selain mempromosikan produk kami juga dapat mempromosikan potensi Desa Morbun Toruan yang lainnya.

■ STRATEGI PENETAPAN HARGA

Strategi penetapan harga bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, merebut pangsa pasar, menjaga kelangsungan hidup perusahaan serta *return on investment*. Strategi penetapan harga dapat dikelompokkan dengan harga pada produk baru, harga yang dapat mempengaruhi psikologis konsumen, strategi harga diskon, strategi harga kompetitif.

Strategi yang akan kami gunakan yang pertama adalah strategi *penetration price* yaitu pada produk baru akan ditentukan harga awal yang rendah atau murah dengan tujuan memperluas pasar dengan cepat dan juga membangun loyalitas merk dari konsumen.

Strategi kedua yang akan kami lakukan yaitu *odd pricing* yang dapat mempengaruhi psikologis konsumen dengan memberikan harga yang ganjil atau sedikit dibawah harga yang telah ditentukan sehingga pembeli akan mengira produk yang akan dibeli lebih murah. Contohnya : barang yang harga Rp 50.000 akan kami jual menjadi Rp 49.900

Strategi ketiga yang akan kami berikan yaitu harga diskon dengan menerapkan *quantity* diskon yang mana hanya untuk konsumen yang membeli dalam jumlah yang besar. Contoh : untuk pembelian produk dengan jumlah diatas 5 maka akan diberi gratis 1 buah produk lagi (*buy 5 get 1*).

Namun untuk diskon seperti ini hanya akan dilakukan diwaktu waktu tertentu saja, dikarenakan jika terlalu sering memberi diskon akan menyebabkan pendapatan berkurang serta jika diberi diskon terlalu sering maka konsumen akan terbiasa membeli dengan harga diskon, ketika tidak ada diskon ia tidak akan mau melakukan pembelian.

1.3.2. ESTIMASI PENCAPAIAN

Revenue (450 pcs * 60.000)	Rp 27.000.000
Less : sales discount (20%)	(5.400.000)
Net Sales	21.600.000
COGS (450 pcs * 30.000)	(13.500.000)
Gross Profit	8.100.000
expense	
Advertising exp	(2.000.000)
Salary and wages exp	(1.600.000)
Net Income	4.500.000

1.4. ANALISIS SWOT PRODUK dan PRODUK PESAING

KEUNGGULAN	KELEMAHAN
<ul style="list-style-type: none"> • Dapat memberikan wangi kopi yang segar sepanjang hari • Memiliki bentuk berupa gelang yang dapat dipakai dimana saja • Dikemas dalam kemasan yang praktis • Produk dari segi kemasan merupakan produk ramah lingkungan. • Mempunyai aroma yang dapat membuat rileks. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produk belum dikenal di masyarakat • Produksi terhambat karena tenaga kerja belum terlatih.
PELUANG	ANCAMAN
<ul style="list-style-type: none"> • Sesuai dengan tren yang ada di masyarakat saat ini • Kopi sangat digemari hampir seluruh masyarakat • Tempat dekat dengan daerah pariwisata. 	<ul style="list-style-type: none"> • Switching cost konsumen tinggi sehingga banyak konsumen yang sulit untuk berpindah • Banyaknya pesaing produk - produk wewangian baik lokal maupun luar negeri

1.5. SALURAN DISTRIBUSI

WILAYAH PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI YANG DIRENCANAKAN

- | | | |
|----------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Wilayah Pemasaran | <input type="checkbox"/> Lokal | 50% |
| | <input type="checkbox"/> Regional | 20% |
| | <input type="checkbox"/> Nasional | 20% |
| | <input type="checkbox"/> Ekspor | 10% |
| 2. Jalur Distribusi | <input type="checkbox"/> Individu | <input type="checkbox"/> Distributor |
| | <input type="checkbox"/> Industri | <input type="checkbox"/> Eksportir |

2. RENCANA PENGEMBANGAN USAHA

■ STRATEGI PRODUKSI

Produksi akan dilakukan secara terbatas mengingat Sumber daya kopi tidak dapat diperoleh dalam waktu yang singkat. Produk yang kami jual selalu mengikuti tren yang ada dikalangan target pasar (wanita), misalnya pada saat masa valentine, produk kami akan menjualkan barang barang yang berhubungan dengan wewangian yang manis yang dapat menggambarkan valentine. Kami akan *up to date* dalam melihat musim yang terbaru dan menyediakan produk sesuai dengan musim yang ada. Kualitas yang akan kami tawarkan juga dapat diandalkan, kami akan menjaga kualitas dengan mengolah biji kopi sebaik mungkin dengan menggunakan bahan bahan yang alami, setiap produk juga dibuat oleh tenaga kerja yang sudah terlatih.

Teknologi yang digunakan seperti mesin penghancur kopi, alat pemisah, mesin penetral bahan agar tidak mengandung bakteri, mesin menggabungkan kopi dan bahan bahan, kemasan produk yang *modern*, dan lain lain. Dalam penyimpanan dokumen juga kami akan menggunakan teknologi komputer yang bertujuan untuk menyimpan dan melindungi dokumen perusahaan secara rahasia dan aman.

Sistem keamanan komputer merupakan hal yang terpenting agar data tidak kebobolan dan data data transaksi tidak hilang sehingga data data penting bisa tersimpan dengan baik sebagai referensi untuk perencanaan di masa depan. Untuk jumlah produk akan disesuaikan dengan persediaan yang ada dan minat pembeli pada produk tersebut, jika masyarakat senang dengan produknya maka akan diproduksi lebih banyak dibanding produk lain.

Pengawasan terhadap kualitas produk juga penting dan akan selalu diawasi dan dievaluasi oleh owner, karna produk yang dijual harus memiliki kualitas produk yang baik mulai dari biji kopi yang digunakan, teknik pembuatan, mesin yang digunakan, dan lainnya. Kualitas dari tenaga kerja pun diperhatikan karna merekalah yang membuat produk, jika mereka berkualitas dan memiliki *skill* yang bagus maka produk yang dihasilkan pun akan bagus.

■ STRATEGI KEUANGAN

Pada setiap perusahaan keluar masuknya uang harus berdasarkan pada tujuan yang bisa menghasilkan keuntungan, keberhasilan sebuah perusahaan dapat dilihat dari kemampuan para pengelola atau pihak manajemen dalam mengelola keuangan dan memanfaatkan peluang secara maksimal, sehingga menghasilkan return sesuai yang diharapkan.

Pertama yang harus dilakukan adalah mencari sumber pemasukan untuk modal dan untuk menjalankan tujuan perusahaan. Sumber yang didapat bisa dari investor, klien, dan pemerintah daerah. Jika jumlah sumber pemasukan yang jelas akan dijadikan tolok ukur untuk pengeluaran setiap kegiatan yang dilakukan.

Kemudian, kita juga harus memperkirakan *budget* pengeluaran yang akan dilakukan, agar tidak terjadi pemborosan keuangan perusahaan dan tidak menghambat kegiatan operasional perusahaan. Dari hal ini juga dapat ditentukan manakah kegiatan yang bekerja dengan efektif dan yang mana yang tidak, sehingga perusahaan bisa menentukan langkah mana yang harus diambil untuk kedepannya.

Pencatatan keuangan perusahaan juga penting, baik pengeluaran dan pemasukan, setiap transaksi harus ada datanya. Sehingga akan memudahkan perusahaan dalam memonitor perputaran keuangannya. Kamipun akan menggunakan software akuntansi dalam pembuatan laporan dengan mudah, cepat, dan realtime. Dan lebih memudahkan juga dalam pengecekan stok barang, mencocokkan transaksi bank otomatis, dan lainnya. Pencatatan transaksi juga penting untuk mengetahui produk mana yang paling banyak dibeli oleh konsumen, dan mengetahui keuntungan yang didapat perusahaan. Karna bagaimanapun, tujuan dari suatu bisnis adalah mencari keuntungan.

3. ANALISIS DAMPAK DAN RESIKO USAHA

3.1. DAMPAK TERHADAP MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN SEKITAR

Setiap usaha yang sudah berdiri ataupun yang baru memulai bisnisnya pasti akan memberikan dampak positif dan dampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar yang dijadikan lokasi tempat usaha itu beroperasi.

Marbun *Coffee Perfume* memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat sekitar, dengan mendirikan usaha ini dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sehingga akan mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan penghasilan di Desa Marbun. Selain itu dapat menggunakan dan mengelola sumber daya yang ada dengan baik. Masyarakat di Desa Marbun pun akan mendapat pelajaran dan pengalaman dalam berwirausaha, dan masyarakat Desa Marbun akan terawat kulitnya jika menggunakan produk yang berbahan dasar dari sumber daya alamnya sendiri.

Selain dampak positif, pastinya ada dampak negatif dari pendirian usaha ini yaitu pembuangan sisa produksi yang apabila tidak dikendalikan atau dikelola dengan baik akan berdampak buruk pada lingkungan sekitar. *Output* produk terbatas karena Marbun baru akan memulai usahanya sehingga apabila gagal dalam melakukan produksi bisa saja menyebabkan kerugian yang cukup besar. Timbulnya persaingan dengan orang lain yang sama memproduksi sabun kopi. Apabila produksi tidak dikendalikan dengan baik, maka sumber daya akan kopi bisa saja berkurang.

3.2. ANTISIPASI RESIKO USAHA

Membangun sebuah bisnis harus diawali dengan perencanaan yang matang. Perencanaan bisnis yang matang dapat dikatakan sebagai penentu berkembangnya bisnis. Untuk membangun sebuah usaha dibutuhkan keberanian untuk mengambil resiko. Tentunya, para pengusaha harus mempunyai rencana-rencana sebagai bentuk antisipasi terhadap resiko yang mungkin akan dihadapi. Antisipasi resiko yang akan dilakukan oleh Marbun *Coffe Perfume* ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan riset dan pengamatan tentang apa saja yang akan menjadi hambatan-hambatan ketika usaha ini dimulai dan sudah berkembang. Salah satunya adalah dengan melihat bagaimanakah peluang para pesaing untuk mengungguli produk ini. Maka disusunlah strategi yang benar benar matang berupa inovasi setiap waktu dengan melihat perubahan trend yang terjadi di masyarakat. Selain itu, dengan melakukan riset terhadap usaha ini, marbun *Coffee Perfume* harus mengetahui bagaimana prospek usaha ini ke depannya.
2. Menyesuaikan modal dengan resiko usaha yang mungkin akan dihadapi. Maka dalam hal ini pembuatan anggaran harus dilakukan dengan sangat spesifik
3. Melakukan komunikasi yang baik terhadap masyarakat sekitar agar produksi produk Marbun ini akan berjalan lancar. Selain itu perlu diperhatikan izin AMDAL apakah dampak yang akan timbul ketika perusahaan ini beroperasi dan melakukan produksi sehingga dengan mengetahui hal tersebut dapat lebih mengerti dan hatihati dalam melakukan produksi.
4. Meningkatkan kreativitas untuk pembuatan produk
5. Menganalisis jumlah kebutuhan masyarakat sekitar akan produk perawatan ini dari masa ke masa agar produk ini selalu dicari oleh masyarakat

Diharapkan antisipasi – antisipasi yang dilakukan akan memperkecil dan mencegah resiko yang akan dihadapi oleh Marbun *Coffee Perfume*. Sehingga usaha Marbun *Coffee Perfume* ini dapat direalisasikan dengan baik.

LAMPIRAN. FOTO INOVASI PRODUK/JASA



Catatan Penutup

Kegiatan pendataan yang dilakukan di 6 (enam) desa di Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatera Utara, yaitu Desa Hutajulu, Desa Sihikkit, Desa Purba Dolok, Desa Sipituhuta, Desa Simangaronsang, dan Desa Marbun Toruan pada dasarnya untuk mendukung pembangunan yang dilakukan di desa yang dimulai dari proses perencanaan pembangunan desa agar dalam pelaksanaannya dapat memberi manfaat dan dampak yang konstruktif bagi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat desa yang berkelanjutan.

Data yang ada pada dasarnya menjadi dasar untuk mengetahui isu atau permasalahan dan terlebih potensi-potensi yang dimiliki oleh desa yang bersangkutan. Dengan demikian, prioritas dapat dilakukan dalam pembangunan di berbagai aspek kehidupan desa. Selain itu diharapkan benar-benar sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan masyarakat desa.

Data desa yang sudah diperoleh harus merupakan data dinamis, dalam arti bahwa data tersebut harus terus diperbaharui secara periodik sehingga pemerintah desa selalu memiliki data yang terkini. Hal ini akan sangat membantu pemerintah desa dalam menentukan prioritas dalam pembangunan desa. Dengan demikian, pembangunan desa merupakan pembangunan yang berbasis pada data.

Data yang terkumpul pada dasarnya akan menjadi penegasan atas karakter dan bahkan keunggulan yang dimiliki oleh desa yang bersangkutan. Pemerintah dan warga desa dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan dengan memperhatikan data yang ada dan yang diperbaharui secara kontinu.

Dengan mengetahui kelebihan dan kelemahannya, maka sebaiknya desa dapat menentukan hal apakah yang dapat diunggulkan di desa tersebut dengan menganalisis data yang dimiliki. Dengan mengetahui keunggulan atas potensi yang dimiliki, maka desa dapat melakukan berbagai langkah dalam hal terkait dengan upaya peningkatan potensi unggulan tersebut. Langkah tersebut bisa berupa pendampingan dari tenaga ahli

untuk bidang tertentu yang dibutuhkan, termasuk membangun jejaring daam rangka pengembangan potensi tertentu.

Langkah berikut yang sebaiknya dilakukan dalam mengelola data adalah dengan cara memasukkan data yang sudah dimiliki tersebut dalam Sistem Informasi Desa yang sudah dimiliki. Hal ini akan memudahkan bagi siapa saja yang berhubungan dengan data, khususnya dalam rangka pembangunan desa secara berkelanjutan. Niat untuk melakukan langkah perubahan ini pada dasarnya akan sangat ditentukan terlebih dahulu oleh kekuatan, komitmen, dan konsistensi kepala desa dan para aktor/tokoh desa lainnya dalam mendorong perubahan di berbagai bidang untuk meningkatkan kesejahteraan warga desa secara berkelanjutan.



Gambar 1 - 4.

Pelatihan Pendataan Keunggulan dan Profil Desa di Aula Hutamas, Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan pada 27 – 28 Juli 2018¹⁰³



Gambar 5 – 9.
Monitoring Pendataan Desa di Hotel Martin Anugrah, Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan pada 25 – 26 Agustus 2018¹⁰⁴



Gambar 10 – 16.

Diseminasi dan Workshop Hasil Riset Pemetaan Potensi Desa di Hotel Martin Anugrah, Kecamatan Dolok Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan pada 8 November 2018¹⁰⁵

Profil Penulis



Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA., menyelesaikan pendidikan sarjana pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan (2015), kemudian menyelesaikan pendidikan magister *double degree* pada Program Studi Magister Ilmu Sosial, Universitas Katolik Parahyangan dan Program *Master of Business Administration* (MBA), Jiangsu University, Tiongkok (2017). Aktif terlibat sebagai anggota penelitian, di antaranya Pelatihan Pendataan Desa di Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatera Utara (2018), Riset Inovasi Pengembangan Ekonomi Desa Berbasis Potensi Lokal (2018), Riset Bandung Kota Cerdas Pangan: Produksi dan Konsumsi Pangan yang Bertanggung Jawab untuk Keberlanjutan Bumi (2018), Pelatihan Pendataan Desa di Kabupaten Mamuju, Sulawesi Barat (2019), dan Kampanye “*Anti Food Waste*” dalam Mewujudkan Bandung Kota Cerdas Pangan (2019). Fokus riset dan bidang penelitian yang ditekuni, di antaranya pemasaran, komunikasi, dan inovasi dalam dunia bisnis.



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, saat ini sebagai dosen di Universitas Katolik Parahyangan Program Studi Ilmu Administrasi Publik. Menyelesaikan jenjang sarjana di Program Studi Ilmu Pemerintahan FISIPOL Universitas Gadjah Mada – Jogjakarta (1989), kemudian melanjutkan jenjang magister Ilmu Sosial di Universitas Indonesia Jakarta (1994), dan menyelesaikan jenjang doktor ilmu sosial di Giesen University – Jerman dengan beasiswa dari KAAD Jerman (2005). Tiga tahun setelah menyelesaikan studi doktornya kemudian

mendapatkan kesempatan sebagai visiting lecturer di Giessen University dengan dukungan scholarship dari DAAD. Selama bekerja di FISIP - UNPAR pernah menjabat sebagai Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Ketua Pusat Studi Kebijakan dan Manajemen Publik – CPMS, juga pernah menjabat sebagai wakil dekan bidang akademik, dan pernah menjabat sebagai wakil rektor bidang akademik, dan sekarang sedang menjabat sebagai dekan. Bersama dengan kolega dosen di FISIP saat ini masih melakukan penelitian terkait dengan isu-isu inovasi pembangunan desa yang berkelanjutan kerjasama antara UNPAR, Kementerian Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan bersama dengan Freidrich Ebert Stiftung – FES Jerman Perwakilan Indonesia. Selain itu juga melakukan riset tentang Food Smart City bekerjasama dengan Rikolto – Veco Belgia.



Trisno Sakti Herwanto, S.I.P., MPA mendapat gelar Sarjana Ilmu Politik dari Jurusan Ilmu Administrasi Negara Universitas Gadjah Mada. Gelar *Master of Public Administration* diperolehnya dari Magister Administrasi Publik Universitas Gadjah Mada dengan mekanisme beasiswa *In Search of Balance* dari Universitas Agder Norwegia. Saat ini dia aktif bekerja sebagai dosen pada Program Studi Ilmu Administrasi Publik Universitas Katolik Parahyangan.

Local governance menjadi salah satu fokus keilmuan yang menjadi ketertarikannya. Berkaitan dengan fokus tersebut, dirinya sering terlibat aktif dalam berbagai kegiatan pendampingan dan pemberdayaan desa melalui penelitian, pengabdian masyarakat hingga kemahasiswaan. Dirinya pernah memperoleh hibah pengabdian masyarakat dari Pemerintah Australia melalui Program Universitas Membangun Desa dan saat ini sedang membantu perusahaan swasta mengartikulasikan *Corporate Social Responsibility* dalam format pemberdayaan desa.



Dr. Theresia Gunawan adalah lulusan dari program studi Ilmu Administrasi Bisnis (*cum-laude*) UNPAR- Bandung dan kemudian meneruskan kuliah Magister Manajemen UNPAR-Bandung dan juga mendapatkan gelar M.Phil dibidang Bisnis dan Manajemen dari Maastricht School of Management- Belanda. Pada tahun 2008, Theresia mendapatkan Japan-Indonesia Presidential Scholarship untuk melanjutkan studinya di Eindhoven University of Technology- Belanda dalam bidang Inovasi di tingkat Usaha Kecil Menengah. Selama kuliah S3, beliau mendapat kesempatan sebagai *visiting scholar* selama 1 tahun di Tilburg- University Belanda dan juga mendapat *beasiswa On-Going Dikti* untuk skema pembiayaan riset S3nya. Saat ini Theresia bekerja sebagai dosen dan peneliti di Program Studi Administrasi Bisnis serta menjabat sebagai Wakil Dekan Bidang Sumber Daya di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Beliau juga aktif bekerja sama dengan Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Republik Indonesia, Friedrich Ebert Stiftung- Indonesia, Rikolto- Indonesia dalam melakukan penelitian dan pendampingan kepada masyarakat. Theresia juga mempublikasikan karya ilmiahnya di jurnal internasional bereputasi dan beberapa seminar internasional dan memiliki ketertarikan dalam bidang kajian inovasi, usaha kecil menengah, kewirausahaan, strategi manajemen dan *smart city*.



Tutik Rachmawati, PhD memiliki gelar sarjana ilmu politik (SIP) dalam administrasi publik - Universitas Gadjah Mada, gelar MA dalam studi pembangunan dari Institut Ilmu Sosial Universitas Erasmus Belanda dan gelar Ph.D dalam Studi Pemerintah Daerah dari Birmingham University United Kingdom. Dia adalah Kepala Departemen Administrasi Publik, Universitas Katolik Parahyangan, sekaligus juga peneliti di Pusat Kebijakan Publik dan Studi Manajemen (CPMS) dan juga di Pusat Unggul dalam Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Parahyangan Katolik.

Dia telah mendapatkan beberapa beasiswa seperti STUNED-Pemerintah Belanda, Beasiswa Presiden Jepang-Indonesia (JIPS), Universitas Musim Panas - Universitas Eropa Tengah, IATSS Jepang dan Mesopartner-Jerman. Dia adalah anggota aktif dari Asosiasi Administrasi Publik Indonesia (IAPA), Masyarakat Manajemen Lokal (Jepang) dan juga Asosiasi Internasional Kebijakan Publik (IAPP). Dia berpengalaman menjadi pengulas aktif untuk jurnal akademik nasional dan internasional seperti *Sustinere: Jurnal Lingkungan dan Keberlanjutan* dan *Jurnal Ilmu Administrasi - Lembaga Administrasi Negara*, *Commonwealth Journal of Local Governance*. Dia telah melakukan penelitian dan menerbitkan artikel di jurnal nasional dan internasional dan media populer tentang topik manajemen publik, etika publik, Komunikasi & Teknologi Informasi untuk administrasi publik, studi pembangunan, kewirausahaan publik dan pengembangan ekonomi lokal. Tutik Rachmawati, PhD memiliki pengalaman lebih dari 12 tahun dan kompetensi dalam melakukan penelitian dan publikasi bidang ilmu manajemen publik dan kebijakan publik, manajemen proyek-proyek pembangunan masyarakat (perencanaan, implementasi dan evaluasi) terutama pembangunan masyarakat di pedesaan, pembangunan ekonomi lokal dan intervensi kebijakan, yang didanai baik oleh pemerintah maupun oleh lembaga donor internasional, pelaksanaan pelatihan-pelatihan yang bertujuan untuk pengembangan kapasitas sumber daya manusia dan pemberdayaan masyarakat, menghasilkan model-model praktis pembangunan masyarakat yang bersumber dari berbagai hasil penelitian.

**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**



ISBN 978-602-8866-26-2



9 786028 866262