

Penentuan Produk Unggulan Usaha Mikro Kecil Menengah Sektor Industri Agro di Kabupaten Bogor

Determining the Main Product of Micro Small and Medium Enterprises Agro Industry Sector in Bogor District

Driska Nurizizah Fasyah^{1*}, Heny K. Daryanto², dan Gendut Suprayitno³

¹² Program Pascasarjana Sekolah Bisnis, Institut Pertanian Bogor
Gedung SB IPB - Jl. Raya Pajajaran, Bogor 16151

³ Program Magister Teknik Industri, Institut Sains dan Teknologi Nasional
Jl. Duren Tiga, Jakarta 12640

ABSTRAK

Struktur usaha Kabupaten Bogor didominasi oleh 99,84% Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM tersebut memiliki keragaman produk yang luas. Sektor industri agro adalah sektor potensial untuk meningkatkan nilai tambah pada produk pertanian. Tujuan penelitian ini untuk menentukan produk unggulan UMKM sektor industri agro. Kriteria dalam penentuan produk unggulan tertuang dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 9 Tahun 2014. Sumber data yang digunakan berupa data primer yang berasal dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner dengan tiga pakar dan data sekunder. Alat analisis yang digunakan adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dan Metode Perbandingan Eksponensial (MPE). Hasil penelitian adalah produk berpotensi menjadi produk unggulan UMKM sektor industri agro Kabupaten Bogor, yaitu minuman sari pala. Implikasi penelitian ini adalah (1) menetapkan minuman sari pala sebagai produk unggulan daerah Kabupaten Bogor dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah; (2) Pemerintah daerah perlu menjaga ketersediaan pasar dengan melakukan pemasaran intensif dan pengembangan kerjasama dengan mitra, melakukan peningkatan produksi dan mutu perkebunan sebagai upaya menjaga ketersediaan dan meningkatkan efisiensi pengadaan bahan baku, peningkatan keterampilan tenaga kerja dengan pengadaan pelatihan secara menyeluruh.

Kata kunci: pasar, produk unggulan, sektor industri agro, UMKM

ABSTRACT

Structure of business in Bogor District dominated by 99.84% Small and Medium Enterprises (SMEs). The SMEs have a wide variety of products. Agro industry sector is the potential sector for increasing value added to agricultural products. The purposes of this study was to determine the main product of SMEs agro industry sector. The criterias were set out in the Regulation of the Ministry of Home Affairs of Republic of Indonesia Number 9 of 2014. The study was conducted by using in-depth interview, fill out questionnaire with experts and secondary data. The tools used to analyze the main product is Analytical Hierarchy Process (AHP) and Exponential Comparative Method (MPE). The result show that the most potential product to be main product of SMEs agro industry sector in Bogor District is nutmeg juice. Implications of this study are; (1) establish nutmeg juice as a main product of small medium agro-industry in medium-term development plan of Bogor Distric; (2) the government need to develop the market availability with intensive marketing and partners cooperation, increase quality and productivity of the plantation through cultivation techniques training to increase efficiency, improve the labour skills by providing training.

Key words: agro industrial sector, main product, market, SMEs

*) Korespondensi:

Gedung SB IPB - Jl. Raya Pajajaran, Bogor 16151; email: driskanurizizahfasyah@gmail.com

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi merupakan suatu usaha yang dilakukan secara berkesinambungan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, baik memperluas kesempatan kerja, meningkatkan hubungan ekonomi regional dan pemerataan pendapatan. Produk Domestik Bruto (PDB) sebagai salah satu indikator yang digunakan untuk mengetahui perekonomian suatu negara (Husen, 2011). PDB Indonesia selama lima tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang cukup stabil dengan rata-rata meningkat 6,35%. Pada tahun 2010 PDB Indonesia sebesar 2,171,113 milyar rupiah dan tahun 2014 mencapai 2,779,064 milyar rupiah (BPS, 2015a).

Nilai PDB merupakan gabungan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) yang ada pada daerah. Provinsi Jawa Barat memiliki PDRB terbesar setelah DKI Jakarta. Rataan peningkatan PDRB dalam lima tahun terakhir 11,2% dengan nilai 906,686 milyar rupiah tahun 2010 dan tahun 2014 sebesar 1,385,959 milyar rupiah (BPS, 2015b). PDRB Kabupaten Bogor berada pada peringkat ketiga di Jawa Barat menempati urutan 13 besar se-Indonesia.

Kemampuan daerah dalam menciptakan iklim usaha kondusif dapat menciptakan ide baru, pertumbuhan usaha, industri dan lapangan kerja baru akan berdampak pada peningkatan daya saing daerahnya. Daya saing daerah menurut BI (2008) adalah kemampuan daerah untuk mensinergikan *input*, *output* serta *outcome* yang ada di daerahnya secara berkelanjutan, agar dapat bersaing di tingkat nasional maupun internasional yang akhirnya mampu meningkatkan standar hidup masyarakatnya.

Daya saing Jawa Barat (Giap *et al*, 2016) menempati urutan keempat pada tahun 2013 dan kelima tahun 2014. Kabupaten Bogor memiliki *input* yang lebih baik dibanding rata-rata *input* nasional yakni sumber daya alam (SDA) dan infrastruktur, tetapi menghasilkan *output* di bawah rata-rata *output* nasional yang diukur dengan produktivitas tenaga kerja dan PDRB per kapita. Daya saing Kabupaten Bogor berada pada peringkat ketiga di Jawa Barat.

Jika daya saing daerah meningkat, maka daya saing nasional akan meningkat. Oleh karena itu diperlukan suatu usaha daerah untuk melakukan kegiatan ekonomi. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjadi suatu tantangan untuk meningkatkan daya saing melalui

pengembangan ekonomi yang merupakan kekuatan produktif nasional (Madhani, 2012, Rojas *et al*, 2013) yang dapat mengembangkan PDB (Kazem, 2003).

Pengembangan UMKM telah menjadi fokus pemerintah yang tercantum dalam Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2014. Selain itu, pengembangan UMKM juga menjadi salah satu unsur dalam pilar pengembangan ekonomi yang tercantum dalam cetak biru Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). MEA telah diimplementasikan sejak akhir 2015 sebagai pasar tunggal di wilayah ASEAN. Pasar ini memunculkan aliran perdagangan secara bebas. Dimana Indonesia sebagai anggota ASEAN memiliki jumlah penduduk terbanyak berpotensi menjadi pasar yang kuat (Syukriah dan Hamdani 2013). Hal ini menjadi tantangan karena adanya persaingan dengan produk impor, namun sekaligus menjadi tantangan dengan ukuran pasar yang luas untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri dan melakukan ekspor bagi produk hasil UMKM.

Struktur usaha Kabupaten Bogor didominasi oleh 99,84% UMKM atau 672,728 tahun 2013 dan 672,728 unit tahun 2014. Namun kontribusi terhadap PDRB hanya 22,29% pada tahun 2013 dan turun tahun 2014 menjadi 22,08%. Nilai tersebut membuktikan adanya ketimpangan antara potensi dari jumlah unit yang ada namun nilai tambah yang dihasilkan masih rendah. Berdasarkan 14 sektor usaha, sektor industri pengolahan menjadi sektor yang menyumbang PDRB terbesar, yaitu 28,09% walaupun jumlah unit hanya 6,07% pada tahun 2014 dari total keseluruhan UMKM (Bappeda, 2014).

BI (2008) juga menyebutkan bahwa Kabupaten Bogor termasuk dalam kategori daerah industri pengolahan. UMKM sektor industri memiliki potensi untuk dikembangkan karena memiliki nilai tambah yang tinggi, jika diiringi dengan produktivitas tinggi. Sektor industri agro memiliki jumlah unit yang paling banyak, yaitu 650 unit atau mayoritas 22% dari total 14 sektor pada tahun 2014 (Diskoperindag, 2015).

Pengembangan agroindustri merupakan upaya menciptakan diversifikasi pada sektor pertanian (Setiawati *et al*, 2007). Sektor pertanian masih menghadapi nilai jual yang tidak konsisten pada saat terjadi jumlah produksi tinggi, maka harga jual menjadi rendah, begitu pula sebaliknya. Maka dari itu industri agro menjadi salah satu solusi untuk mengantisipasi masalah harga dan memberi nilai tambah pada produk pertanian. UMKM sektor industri agro menjadi

usaha yang berpotensi untuk dikembangkan di Kabupaten Bogor. Potensi lokal ini jika dimanfaatkan dan dikembangkan secara optimal dapat menjadi produk unggulan daerah yang kompetitif.

Produk unggulan daerah telah menjadi fokus bagi pemerintah dengan diterbitkan Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) Nomor 9 Tahun 2014 tentang Pengembangan Produk Unggulan Daerah. Pembentukan produk unggulan UMKM sektor industri agro akan memberikan kontribusi bagi pembangunan dan pertumbuhan ekonomi daerah. Pembangunan daerah dilakukan langsung oleh pemerintah daerah sesuai dengan prinsip otonomi daerah untuk mengatur dan mengurus daerahnya sendiri menjadi sebuah tuntutan daerah untuk mengelola potensi yang dimilikinya. Saat ini, Kabupaten Bogor belum menetapkan produk unggulan daerahnya.

Berdasarkan paparan pendahuluan, maka tujuan penelitian ini adalah menentukan produk unggulan Kabupaten Bogor sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan perekonomian daerah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dalam bentuk wawancara dan pengisian kuesioner yang dilakukan dengan narasumber pakar. Penentuan narasumber pakar dilakukan dengan pertimbangan, yaitu (1) memiliki pengetahuan, kemampuan dan pengalaman dalam bidang produk unggulan industri agro dan (2) memiliki wewenang dalam pengambilan kebijakan. Narasumber yang terpilih adalah pakar satu Kepala Bidang UMKM Diskoperindag, pakar dua Kepala Bidang Perindustrian Diskoperindag dan pakar tiga Kepala Bidang Ekonomi Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (Bappeda). Pengumpulan data sekunder berasal dari dokumen yang dipublikasikan oleh Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Kabupaten Bogor.

Teknik pengolahan data dibagi ke dalam dua tahap, yaitu pertama penentuan bobot kriteria dalam menentukan produk unggulan UMKM sektor industri agro. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah dan dianalisis dengan menggunakan alat analisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Sedangkan tahap kedua penentuan produk potensial unggulan UMKM

sektor industri agro dengan Metode Perbandingan Eksponensial (MPE).

Analysis Hierarchy Process

AHP merupakan metode pengukuran yang menggunakan perbandingan berpasangan terhadap penilaian pakar untuk mendapatkan nilai prioritas dari alternatif yang ada. Dalam menyusun matrik perbandingan berpasangan, setiap unsur dibandingkan dengan unsur lainnya menggunakan skala 1-9 sebagai pertimbangan yang menunjukkan tingkat kepentingan antar unsur. Tujuan penggunaan alat analisis ini untuk menentukan pembobotan 12 kriteria produk unggulan. Hasilnya menunjukkan nilai dari tingkat kepentingan masing-masing kriteria.

Hasil persepsi pakar memungkinkan muncul ketidakkonsistenan. Uji konsistensi logis perlu dilakukan untuk mengetahui dan memeriksa persepsi yang secara konsisten atau tidak, dimana nilai *Consistency Ratio* (CR) harus ≤ 0.1 .

Perhitungan dalam metode AHP ini dilakukan menggunakan program *Expert Choice* 2000. Pada dasarnya program AHP dibentuk untuk mengolah pendapat satu pakar. Sedangkan dalam pengaplikasiannya, AHP dilakukan oleh beberapa pakar. Maka dari itu perlu dilakukan penggabungan pendapat pakar yang telah konsisten menggunakan rata-rata geometrik (Marimin, 2013). Hasil penggabungan ini kemudian diolah dengan prosedur AHP dalam program untuk mencapai tujuan yang dimaksud.

Metode Perbandingan Eksponensial

Teknik MPE merupakan salah satu metode untuk menentukan urutan prioritas alternatif keputusan dengan beberapa kriteria. Keuntungan menggunakan metode ini adalah dapat mengurangi bias yang mungkin terjadi dalam analisis sehingga mengakibatkan alternatif keputusan lebih nyata (Marimin, 2013).

Penilaian terhadap alternatif produk unggulan pada metode MPE dilakukan dengan menggunakan skala ordinal. Rentang skala ordinal yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1-5, dengan keterangan 1 sangat tidak prioritas, sedangkan 5 sangat prioritas. Kemudian hasil penilaian dihitung menggunakan rumus MPE berikut:

$$\text{Total Nilai (TN}_i\text{)}^n = \sum_{j=1}^m (\text{RK}_{ij})^{TKK_j}$$

Keterangan:

TN_i = Total nilai alternatif ke-i

- RK_{ij} = derajat kepentingan relatif kriteria ke- j pada pilihan keputusan i
 TKK_j = derajat kepentingan kriteria keputusan ke- j ; $TKK_j > 0$; bulat
 n = jumlah pilihan keputusan
 m = jumlah kriteria keputusan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap pertama yang dilakukan untuk menentukan produk unggulan UMKM sektor industri agro Kabupaten Bogor adalah menentukan bobot kriteria produk unggulan dengan teknik AHP. Kriteria produk unggulan daerah sesuai dengan Permendagri No. 9 Tahun 2014, adalah (1) penyerapan tenaga kerja, (2) sumbangan terhadap perekonomian, (3) sektor basis ekonomi daerah, (4) dapat diperbaharui, (5) sosial budaya, (6) ketersediaan pasar, (7) bahan baku, (8) modal, (9) sarana dan prasarana produksi, (10) teknologi, (11) manajemen usaha dan (12) harga.

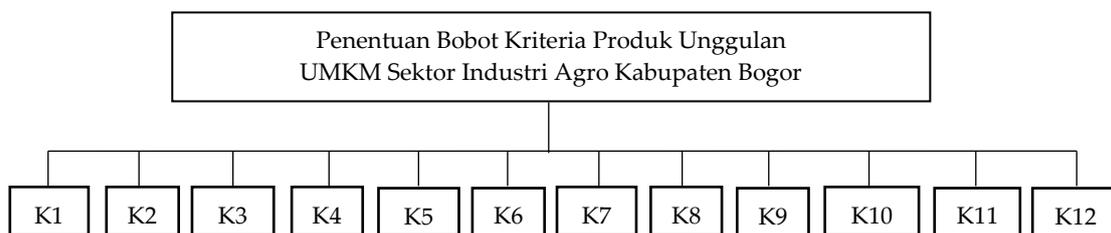
Hirarki dalam penentuan bobot kriteria produk unggulan digambarkan pada Gambar 1. Tujuan utama berada pada tingkatan pertama, yaitu menentukan bobot kriteria produk unggulan UMKM sektor industri agro kabupaten Bogor. Tingkatan kedua merupakan alternatif kriteria yang terdiri atas 12 kriteria. Dari struktur hirarki disusun kuesioner yang selanjutnya diisi oleh pakar.

Perhitungan CR dilakukan satu persatu terhadap hasil kuesioner sebagai pemeriksaan bahwa nilai perbandingan berpasangan telah dilakukan dengan konsisten. Hasilnya menunjuk-

kan pakar satu dengan rasio 0, pakar dua dan tiga memiliki rasio 0.01. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai CR ketiga pakar ≤ 0.1 , artinya sudah konsisten. Pendapat yang sudah konsisten tidak memerlukan revisi penilaian, maka dapat dilakukan penggabungan pendapat pakar dengan rataan geometrik.

Hasil rataan geometrik berupa gabungan pendapat pakar selanjutnya diolah dengan prosedur AHP. Rasio konsistensi menunjukkan nilai konsisten, yaitu 0.01. Hasil olahan AHP berupa grafik menunjukkan besaran bobot dari masing-masing kriteria (Gambar 2). Ketersediaan pasar memiliki nilai 0.122 merupakan bobot tertinggi dari keseluruhan kriteria.

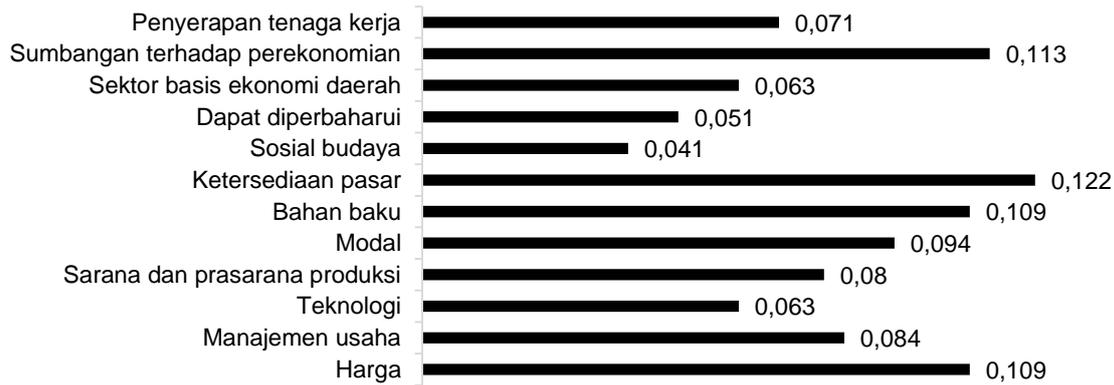
Kriteria ketersediaan pasar menggambarkan bahwa produk unggulan suatu daerah harus memiliki kemampuan untuk diterima dan menjawab kebutuhan pasar. Semakin luasnya ketersediaan pasar, maka semakin tinggi potensi produk menjadi lebih unggul. Ketersediaan pasar berarti tidak hanya memenuhi pasar lokal, tetapi regional, nasional, bahkan berpotensi untuk mencapai pasar global. Dengan begitu, produk unggulan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Dampak positif dari perluasan pasar akan diraih oleh kriteria sumbangan terhadap perekonomian. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kazem (2003) maupun Nurzamzami dan Siregar (2014) menunjukkan bahwa potensi pasar merupakan faktor yang meningkatkan peluang daya saing usaha dengan skala kecil dan menengah.



Keterangan:

- | | | |
|--------------------------------------|-------------------------|--------------------------------|
| K1 = penyerapan tenaga kerja | K5 = sosial budaya | K9 = sarana prasarana produksi |
| K2 = sumbangan terhadap perekonomian | K6 = ketersediaan pasar | K10 = teknologi |
| K3 = sektor basis ekonomi daerah | K7 = bahan baku | K11 = manajemen usaha |
| K4 = dapat diperbaharui | K8 = modal | K12 = harga |

Gambar 1. Hirarki AHP untuk penentuan bobot kriteria produk unggulan



Gambar 2. Hasil pembobotan kriteria prioritas produk unggulan

Nilai bobot tertinggi kedua adalah kriteria sumbangan terhadap perekonomian (0,113). Hal ini menunjukkan produk unggulan harus dapat memberikan sumbangan terhadap perekonomian yang cukup besar. Dalam Permendagri No. 9 tahun 2014, produk unggulan dinyatakan memberikan sumbangan terhadap perekonomian jika memiliki nilai ekonomis, memberikan manfaat bagi konsumen, memiliki keterkaitan ke depan dan ke belakang, memberi efek berganda ekonomi dan sekaligus memberikan keuntungan ekonomi bagi seluruh pemangku kepentingan dan daerah yang memproduksi produk unggulan tersebut. Selain itu, UMKM tidak terkena dampak krisis karena mengolah bahan baku sendiri dan tidak terikat ekonomi makro.

Bahan baku dan harga merupakan kriteria yang memiliki bobot tertinggi ketiga dengan nilai 0,109. Ketersediaan bahan baku berkesinambungan dengan perolehan harga kompetitif diharapkan mendukung produksi produk unggulan di Kabupaten Bogor. Harga dinilai penting dengan adanya peningkatan nilai tambah dan mendatangkan laba usaha. Empat peringkat bobot selanjutnya adalah kriteria modal (0,094), manajemen usaha (0,084), sarana dan prasarana produksi (0,08), serta penyerapan tenaga kerja (0,071).

Teknologi memiliki bobot 0,063 yang menurut pakar kriteria ini tidak terlalu dibutuhkan oleh usaha berskala kecil, karena usaha yang cenderung menggunakan teknologi sederhana. Namun jika pemasaran ditingkatkan akan berpengaruh pada penjualan, selanjutnya UMKM akan membutuhkan produktivitas lebih tinggi. Pada saat itu teknologi menjadi sebuah kebutuhan agar proses produksi dapat memenuhi permintaan. Selanjutnya bobot kriteria sektor

basis ekonomi daerah (0,063) dan dapat diperbaharui (0,051).

Kriteria dengan bobot terendah adalah sosial budaya (0,041). Sosial budaya merupakan talenta dan kelembagaan masyarakat setempat yang dibangun dan dikembangkan atas dasar kearifan lokal. Kriteria ini memiliki tingkat kepentingan yang paling rendah dan dianggap sebagai aspek yang memiliki pengaruh kecil dalam menciptakan, memproduksi dan mengembangkan produk unggulan. Sesuai dengan Singh *et al.* (2008) bahwa perubahan budaya akan lebih mudah ditemui oleh UMKM namun kemungkinan sulit bagi manajemen UMKM untuk mengenali kebutuhan akan perubahan budaya.

Tahap kedua penelitian adalah menentukan produk unggulan. Setelah mendapatkan bobot kriteria, perhitungan dilanjutkan terhadap alternatif produk di Kabupaten Bogor. Berdasarkan pemetaan produk UMKM terdapat 23 produk industri agro yang berpotensi menjadi produk unggulan. Produk tersebut tersebar di 40 kecamatan yang ada di Kabupaten Bogor. Produk-produk ini dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori yaitu produk olahan hasil pertanian, perkebunan, perikanan dan peternakan. Olahan hasil pertanian merupakan kategori dengan produk terbanyak berupa cincau hitam, keripik singkong, molen, keripik pisang, sale pisang, abon cabe, tempe, keripik tempe, tahu, sari kedelai, kue pia, kue ali, gemblong, dodol dan brownis, sedangkan olahan kopi, manisan pala, minuman sari pala dan nata de coco merupakan produk olahan hasil perkebunan. Madu, olahan ikan lele, bandeng presto dan baso ikan adalah olahan hasil perikanan dan peternakan.

Produk tersebut dinilai dengan metode MPE dari para pakar. Produk yang paling

berpotensi menjadi unggulan ditentukan dengan menggunakan rata-rata dari pendapat pakar (Tabel 1). Minuman sari pala memiliki nilai alternatif 13,365, yang merupakan nilai tertinggi di antara 22 produk lainnya. Hal ini menandakan bahwa minuman sari pala adalah produk yang paling berpotensi untuk menjadi produk unggulan UMKM sektor industri agro.

Produk minuman sari pala merupakan hasil olahan komoditas pala (*Myristica fragrans* Houtt). Pala terdiri atas daging buah, biji dan bunga. Bunga pala biasa digunakan sebagai bumbu masakan atau diekstrak menjadi bahan baku kosmetik dan parfum. Bijinya digunakan untuk bumbu masak. Daging buah pala biasa diolah menjadi manisan atau minuman sari pala.

Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu daerah sentra produksi pala setelah Maluku, Maluku Utara, Aceh, Sulawesi Utara dan Papua Barat. Dari sisi produksi dan produktivitas pala di Jawa Barat dalam kurun waktu empat tahun terakhir mengalami fluktuasi naik dan turun namun luas lahan perkebunan naik dari tahun ke tahun. Pada tahun 2014, luas perkebunan pala 6,067 ha dengan produksi 1,019 ton dan produktivitas 377 kg ha⁻¹ kemudian naik pada tahun 2015 menjadi 6,323 ha dengan produksi 1,056 ton dan produktivitas 381 kg ha⁻¹. Sedangkan jumlah pemilik dari perkebunan rakyat tersebut menurun dari 31,112 menjadi 30,909.

Kabupaten Sukabumi dan Bogor merupakan daerah yang memiliki produksi dan luas lahan komoditi pala terbesar (Disbun, 2015). Walaupun secara nasional luas areal tanaman pala daerah ini bukan yang terbesar, namun Jawa Barat tetap dijadikan sebagai pusat pala nasional karena industri pengolahan pala berkembang lebih pesat dibanding daerah lainnya (Sudjarmoko, 2010).

Usaha pala di Jawa Barat memiliki kelayakan bagi petani untuk melakukan investasi yang bersumber dari keuntungan, karena tingkat keuntungan usaha pala yang tinggi (Sudjarmoko 2010). Pasar dari olahan pala ini menjangkau semua kalangan dengan manfaatnya. Manfaat bagi kesehatan dengan konsumsi pala adalah melancarkan pencernaan, mengobati masuk angin, sulit tidur, mengatasi rasa mual, rematik dan meningkatkan selera makan (Alegantina dan Mutiatikum, 2009).

Tabel 1. Hasil perhitungan nilai alternatif produk

No.	Alternatif Produk	Nilai			Rataan
		Pakar 1	Pakar 2	Pakar 3	
1	Minuman Sari Pala	13.320	13.170	13.604	13.365
2	Abon Cabe	13.227	13.371	13.491	13.363
3	Brownis	13.395	13.196	13.491	13.361
4	Tempe	13.347	13.130	13.596	13.358
5	Manisan Pala	13.320	13.108	13.604	13.344
6	Keripik Pisang	13.285	13.198	13.547	13.343
7	Dodol	13.349	13.094	13.575	13.339
8	Keripik Singkong	13.150	13.291	13.568	13.336
9	Tahu	13.325	13.130	13.547	13.334
10	Nata de Coco	13.392	12.913	13.656	13.320
11	Olahan Kopi	12.996	13.350	13.604	13.317
12	Keripik Tempe	13.396	12.994	13.529	13.306
13	Olahan Ikan Lele	13.255	13.083	13.574	13.304
14	Bandeng Presto	13.249	12.967	13.656	13.291
15	Sari Kedelai	13.373	12.922	13.493	13.263
16	Baso Ikan	13.164	12.872	13.600	13.212
17	Sale Pisang	13.351	12.719	13.547	13.206
18	Madu	12.991	13.076	13.521	13.196
19	Kue Pia	13.116	12.733	13.611	13.153
20	Cincau Hitam	13.042	12.489	13.519	13.017
21	Gemblong	12.867	12.543	13.575	12.995
22	Molen	13.076	12.333	13.575	12.995
23	Kue Ali	12.816	12.465	13.611	12.964

Tanaman pala memerlukan iklim yang agak konstan, terutama pada masa pertumbuhan. Keadaan iklim dipengaruhi oleh beberapa unsur. Ketinggian tempat tumbuh tanaman pala berkisar 0-700 m dari permukaan laut (dpl). Kabupaten Bogor memiliki morfologi bervariasi, dimana 71.9% wilayah berada pada 15-500 m dpl, 19.53% wilayah berada pada 500-1,000 m dpl. Suhu yang dibutuhkan tanaman pala 18-34 °C. Rataan suhu udara di Kabupaten Bogor rata-rata berkisar 22.7-31.6 °C. Curah hujan yang dibutuhkan selama satu tahun, yaitu 108-180 hari. Kabupaten Bogor memiliki curah hujan 130-253 hari. Unsur pengembangan tanaman pala cukup cocok dengan kondisi di Kabupaten Bogor.

Kabupaten Bogor sebagai salah satu daerah penghasil pala di Jawa Barat memiliki perkebunan sendiri. Pala adalah komoditi unggulan perkebunan di Kabupaten Bogor setelah kopi dan karet. Perkebunan pala dikelola langsung oleh rakyat atau disebut juga perkebunan rakyat.

Jumlah produksi pala di Kabupaten Bogor pada tahun 2013 mencapai 1,014,566 kg, turun menjadi 647,261 kg tahun 2014 dan 856,440 kg tahun 2015 (Distanhut, 2015).

Dari data produksi pala, bahan baku produk unggulan ini tersedia di Kabupaten Bogor dengan cukup memadai dan diperoleh dengan mudah. Namun peningkatan produksi dan mutu perkebunan perlu dilakukan sebagai upaya menjaga ketersediaan dan meningkatkan efisiensi pengadaan bahan baku. Hal tersebut dapat dilakukan melalui kerjasama lembaga penelitian.

Kecamatan Cijeruk, Caringin dan Tamansari merupakan daerah dengan produksi pala tertinggi dari total 40 kecamatan di Bogor. Sedangkan UMKM minuman sari pala baru dikembangkan di Kecamatan Tamansari dan Dramaga. Potensi yang dimiliki Tamansari lebih tinggi, karena bahan baku langsung berada di daerahnya.

UMKM Tamansari tergabung dalam Kelompok Wanita Tani (KWT) Tanjung. KWT ini langsung mengolah minuman sari pala dengan bahan baku yang dihasilkan oleh kebun-kebun masyarakat. Hampir setiap pekarangan rumah anggota KWT memiliki tanaman pala. Minuman sari pala dihasilkan dari daging pala yang merupakan pemanfaatan limbah pala, dikarenakan hanya biji pala yang diambil untuk diolah.

Berdasarkan pengamatan langsung, proses pengolahan minuman sari pala dilakukan mulai dari perendaman, perebusan, peleburan, penyaringan hingga pemerasan. Selanjutnya tahap pengemasan dengan botol plastik dan stiker siap pasang. Produk yang sudah siap, namun belum diambil oleh pelanggan disimpan didalam *freezer*, agar produk tahan lama. Saat ini jumlah produksi minuman sari pala disesuaikan dengan permintaan pasar.

Saat ini permintaan pasar berjumlah 1,200-1,600 botol per bulan di KWT Tanjung. Pasar minuman sari pala tidak hanya lokal di Kabupaten Bogor, tetapi telah memiliki pelanggan regional Jawa Timur hingga ke Sumatera Barat. Pelanggan lokal biasanya mengambil produk langsung ke tempat produksi, sedangkan yang di luar daerah barang dikirim menggunakan jasa logistik. Penjualan melonjak naik di saat mengikuti pameran.

Persoalan utama yang dihadapi UMKM industri agro dalam hasil penelitian Lamadlauw (2006) antara lain adalah jiwa kewirausahaan rendah. Dalam hal ini tidak semua UMKM potensi minuman sari pala menjalani usahanya

secara berkelanjutan. Meskipun bahan baku berada pada pekarangan rumahnya. Hal ini dikarenakan motivasi untuk berusaha masih rendah. Permintaan pasar seringkali ditunda pengambilannya karena jumlah produksi yang masih sedikit. UMKM lain tidak dapat membantu karena melakukan produksi hanya pada hari-hari tertentu.

Masih sedikitnya pengusaha yang rutin melakukan produksi minuman sari pala telah menyebabkan kurangnya produk untuk dipasarkan pada *retail* atau titip jual di toko-toko. Saat ini pemasaran dilakukan dari mulut ke mulut, informasi dari OPD terkait dan ikut serta dalam pameran. Prospek pengembangan usaha akan lebih tinggi, jika pemasaran dilakukan seperti pada toko oleh-oleh maupun toko *online* dalam mengenalkan produk unggulan Bogor dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Dampak dari terbentuknya produk unggulan akan meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM, yaitu dalam jangka panjang akan meningkatkan perekonomian masyarakat. Hal ini dapat terjadi jika diiringi dengan kesiapan yang matang, mulai dari proses produksi sampai dengan pemasaran. Pemasaran dibutuhkan untuk membidik pangsa pasar yang lebih luas.

Kesiapan UKM Pemerintah daerah telah dilakukan dengan berbagai upaya untuk mengembangkan produk unggulan minuman sari pala, yaitu intervensi langsung terhadap UMKM lebih penting untuk dilakukan dibandingkan dengan intervensi tidak langsung. Intervensi langsung seperti pemberian skema kredit akan membuat UMKM lebih mudah dalam mengembangkan *output* mereka (Tambunan, 2008).

KESIMPULAN

Minuman sari pala merupakan produk berpotensi menjadi produk unggulan Kabupaten Bogor, karena memiliki nilai tertinggi dari perhitungan MPE. Hal lainnya hasil olahan ini sudah memiliki pasar lokal maupun nasional, sehingga Pemerintah Kabupaten Bogor menetapkan minuman sari pala dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah sebagai produk unggulan daerah. Ketersediaan pasar produk unggulan sebagai kriteria paling penting harus terus dijaga bahkan diperluas, melalui pemasaran dengan ikut serta dalam setiap pameran produk di tingkat daerah maupun nasional. Selain itu, upaya pengembangan

jaringan kemitraan perlu dilakukan oleh pemilik usaha dengan mitra maupun bantuan koperasi, lembaga dan bahkan pemerintah daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alegantina, S. dan D. Mutiatikum. 2009. Pengembangan dan Potensi Pala (*Myristica fragrans*). *Kefarmasian Indonesia*, 1(2):64-70.
- [Bappeda] Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Bogor. 2014. PDRB Menurut Skala Usaha dan Kecamatan di Kabupaten Bogor Tahun 2014. Bappeda, Bogor.
- [BI] Bank Indonesia. 2008. Profil dan Pemetaan Daya Saing Daerah Kabupaten/Kota di Indonesia. Rajawali Pers, Jakarta.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2015a. Produk Domestik Bruto atas Dasar Harga Konstan 2000 Menurut Lapangan Usaha. BPS, Jakarta.
- _____. 2015b. Produk Domestik Bruto Provinsi di Indonesia Menurut Lapangan Usaha. BPS, Jakarta.
- [Disbun] Dinas Perkebunan Jawa Barat. 2015. Rekapitulasi Luas, Produksi dan Produktivitas Tanaman Perkebunan Provinsi Jawa Barat 2012-2015. Bandung (ID): Disbun.
- [Diskoperindag] Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bogor. 2015. Data Perkembangan Industri. Diskoperindag, Bogor.
- [Distanhut] Dinas Pertanian dan Kehutanan Kabupaten Bogor. 2015. Laporan Statistik Perkebunan Kabupaten Bogor 2013-2015. Distanhut, Bogor.
- Giap, T.K., N. Merdikawati, M. Amri, T.K. Yam. 2016. Analisis Daya Saing Provinsi dan Wilayah. Stallion Press, Singapore.
- Husen, S. 2011. Pengaruh Pengeluaran Agregat dalam Mendorong Pertumbuhan Produk Domestik Bruto dan Implikasinya terhadap Kesejahteraan Sosial. *Ekonomi Pembangunan*, 12(1):130-158.
- Kazem, A.I. 2003. Competitiveness of SMEs – The Influence of Entrepreneur’s Characteristics and Firm’s operational Strategies: Case Study of Egypt. Tugas Akhir [Disertasi] Doctor of Business Administration, Maastricht School of Management Netherlands.
- Lamadlauw, M.T. 2006. Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Agroindustri di Kabupaten Bogor. Tugas Akhir [Tesis]. Magister Sains Teknologi Industri Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Madhani, P.M. 2012. Matching Compensation Strategies: Enhancing Competitiveness. *Indian Management*, 5-22.
- Marimin. 2013. Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok. IPB Press, Bogor.
- Nurzamzami, A. dan E.H. Siregar. 2014. Peningkatan Daya Saing UMKM Alas Kaki di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor dan Implikasinya terhadap Strategi Pemasaran. *Manajemen dan Organisasi*, 4(1): 15-29.
- Rojas, M,A,M,, G.C.P. Cerda, B.L. Garcia, Barcenas RAP. 2013. Innovation and Competitiveness in SMEs: The Local Experience in San Luis Potosi Mexico. *Marketing and Management*, 4(1):74-92.
- Setiawati, R.M., M.H.B. Djoefrie dan H. Hardjomidjojo. 2007. Penentuan Produk Unggulan Berbasis Kakao Sebagai Alternatif untuk Meningkatkan Pendapatan Industri Kecil Menengah. *Jurnal MPI*, 2(1):58-69.
- Singh, R.K., S.K. Garg dan S.G. Deshmukh. 2008. Strategy Development by SMEs for Competitiveness: a Review. *Benchmarking As International*, 15(5):525-547.
- Syukriah, A. dan I. Hamdani. 2013. Peningkatan Eksistensi UMKM melalui Comparative Advantage dalam Rangka Menghadapi MEA 2015 di Temanggung. *Economics Development Analysis*, 2(2):110-119.
- Sudjarmoko, B. 2010. Kelayakan Pengusahaan Pala di Jawa Barat. *Buletin RISTR* 1(5):217-226.
- Tambunan, T. 2008. SMEs Development in Indonesia: Do Economic Growth and Government Support Matter? *Asia Pacific Studies*, 4(2): 111-133.