

Identifikasi Dan Pengembangan Produk Unggulan Desa Kebobang, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang

¹⁾Rachmad Kresna Sakti, ²⁾Girindra Mega Paksi, ³⁾Ziddan Baasith Mulya, ⁴⁾Muhammad Rasyid Habibi, ⁵⁾Eka Prastya Ristiana, ⁶⁾Isna Aisyah Masruroh, ⁷⁾Naswa Berliana Putri
^{1,2,3,4,5,6,7)}Universitas Brawijaya, Kota Malang, Indonesia
Email Corresponding: girin@ub.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Potensi Desa Produk Unggulan Pemberdayaan Masyarakat Kebobang Pemasaran Digital	Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi produk unggulan Desa Kebobang dan mengembangkan strategi peningkatan nilai tambah guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, berbagai kegiatan seperti penyuluhan dan Focus Group Discussion (FGD) dilakukan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pengolahan dan pemasaran produk. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengembangan produk unggulan Desa Kebobang dapat ditingkatkan melalui optimalisasi digital marketing, kerjasama dengan sektor pariwisata, serta pelatihan manajemen keuangan dan produksi.
	ABSTRACT
Keywords: Village Potential Featured Product People Empowerment Kebobang Digital Marketing	Through the Community Service program implemented by the Faculty of Economics and Business, Brawijaya University, various activities such as counseling and Focus Group Discussions (FGD) are carried out to improve community capacity in processing and marketing products. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through observation, interviews, questionnaires, and documentation. The results of the analysis show that the development of superior products in Kebobang Village can be improved through optimization of digital marketing, cooperation with the tourism sector, and financial and production management training.
	This is an open access article under the CC-BY-SA license.
	

I. PENDAHULUAN

Tingkat kesejahteraan suatu wilayah meningkat ditandai dengan meningkatnya perekonomian wilayah tersebut yang berarti permasalahan tentang perekonomian di suatu wilayah sangatlah penting. Hal ini berkaitan dengan pembangunan ekonomi. Menurut Chuzaimah dan Mabruroh (2008) menyatakan bahwa pembangunan ekonomi adalah suatu proses dimana suatu masyarakat menciptakan suatu lingkungan yang mempengaruhi hasil-hasil indikator ekonomi seperti kenaikan kesempatan kerja, peningkatan pendapatan dan perbaikan taraf hidup. Pemerintah Daerah mempunyai tugas dalam kerangka pembangunan nasional seperti yang tertulis di dalam UU No.23 Tahun 2014 yang membahas peranan, fungsi dan tugas Pemerintahan Daerah terutama dalam pengembangan ekonomi lokal. Salah satu cara mengembangkan ekonomi lokal yaitu dengan mengembangkan produk unggulan daerah.

Menurut Hidayah (2010) menyatakan bahwa komoditas unggulan adalah komoditas andalan yang memiliki posisi strategis untuk dikembangkan di suatu wilayah. Produk Unggulan Daerah merupakan produk yang dihasilkan oleh usaha skala kecil dan menengah (UMKM) yang memiliki potensial untuk bisa dikembangkan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki di wilayah tersebut. Pada saat ini Desa Kebobang yang terletak di Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang, merupakan wilayah yang mempunyai potensi sumber daya alam yang melimpah dan beragam. Masyarakat di Desa Kebobang mengandalkan sektor pertanian dengan komoditas unggulan seperti kopi, cengkeh, tebu, dan tanaman obat. Namun, meskipun

memiliki potensi besar, pengembangan produk unggulan di desa ini masih belum optimal. Terdapat beberapa masalah seperti keterbatasan akses memasarkan produk yang dimiliki, keterbatasan pengolahan dan pengemasan produk, dan kurangnya pengetahuan mengenai strategi pemasaran.

Salah satu kegiatan untuk mengetahui permasalahan diatas adalah dengan langsung survey secara langsung ke Desa Kebobang. Dalam konteks ini, pengabdian kepada masyarakat menjadi langkah strategis yang dapat dilakukan dengan tujuan memberikan pemahaman dan bimbingan mendalam mengenai identifikasi dan pengembangan produk unggulan yang sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh Desa Kebobang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya tahun ini mengadakan kegiatan “Pengabdian Kepada Masyarakat” atau PKM yang dimasukkan dalam satuan mata kuliah yang wajib ditempuh oleh para mahasiswa yang kuliah di Universitas Brawijaya. Kegiatan PKM ini bertujuan untuk mengenalkan kepada mahasiswa tentang kehidupan masyarakat serta mampu menggali potensi unggulan suatu daerah yang mampu menjadi potensi peningkatan ekonomi masyarakat suatu wilayah tersebut. Dengan diadakan pengabdian ini, diharapkan Desa Kebobang bisa menjadi contoh desa yang mengoptimalkan potensi lokal yang dimiliki masyarakat setempat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan produk unggulan yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

II. MASALAH

Desa Kebobang memiliki permasalahan seperti keterbatasan akses memasarkan produk yang dimiliki, keterbatasan pengolahan dan pengemasan produk, dan kurangnya pengetahuan mengenai strategi pemasaran. Meskipun memiliki potensi produk yang baik



Gambar 1. Lokasi PkM

III. METODE

Penelitian yang dilakukan berupaya untuk mengidentifikasi potensi produk unggulan desa Kebobang dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan nilai tambahnya melalui sosialisasi dan Focus Group Discussion (FGD) dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. Secara teknis tim pengabdian berperan sebagai fasilitator, dalam hal ini tim pengabdian melakukan beberapa tahapan meliputi observasi pra survei, tahapan perencanaan pengabdian, melibatkan mitra, mengumpulkan data, menganalisis data dan melaporkan hasil akhir. Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Sugiono (2009) menjelaskan bahwa metode deskriptif adalah sebuah penelitian untuk menggambarkan fenomena atau gejala tertentu. Data diperoleh dari berbagai sumber yang tersedia, sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Sugiono (2009) menjelaskan bahwa data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Dalam penelitian yang dilaksanakan di desa Kebobang ini melibatkan beberapa informan yang memiliki data dan informasi langsung, yaitu Ibu Mujiati, S.Pd. selaku Kepala Desa Kebobang yang telah memberikan akses untuk mendapatkan data dan informasi dan 21 pelaku UMKM yang ada di desa Kebobang Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang.

Penelitian ini juga menggunakan data sekunder. Menurut Sugiono (2009) menjelaskan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh untuk melengkapi dan mendukung data primer berupa dokumen-dokumen, foto-foto, film, rekaman video, benda-benda, dan lain-lain yang dapat memperkaya data primer. Kami memperoleh data dari berbagai sumber, mulai dari website desa Kebobang yaitu <http://kebobang->

malangkab.desa.id/ yang dapat diakses melalui internet, jurnal, arsip, maupun literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Tahap awal yang dilakukan tim pengabdian adalah hadir langsung di lokasi sebagai upaya mendapatkan informasi dan mengamati berbagai aktivitas partisipan, kemudian kami melakukan wawancara kepada kepala desa Kebobang yaitu Ibu Mujiati, S.Pd. dan 21 pelaku UMKM yang ada di desa Kebobang Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang. Wawancara dilakukan secara terstruktur, hal ini dilakukan agar pertanyaan terfokus sesuai dengan kuesioner, tim pengabdian kepada masyarakat juga menggunakan dokumentasi untuk mengumpulkan data seperti foto pada saat kegiatan wawancara dan kegiatan sosialisasi serta FGD.

Analisis data yang terkumpul dengan identifikasi hasil observasi lapangan tanpa mengesampingkan data hasil wawancara dan kuesioner yang diisi oleh informan untuk dilakukan abstraksi data yang terkumpul, data selanjutnya dikategorisasikan berdasarkan kesesuaian menurut jenis dan relevansinya, tim-tim pengabdian mengkategorisasikan berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI). Setelah data berhasil dikelompokkan sesuai kategorinya kemudian dilakukan analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats (SWOT) untuk menyusun strategi yang paling tepat dan efektif. Validasi data menggunakan triangulasi data dengan beberapa prosedur, meliputi reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Pada bagian reduksi data dilakukan dengan cara mengkategorisasikan data berdasarkan tema yang relevan yang kemudian disajikan secara sistematis berdasarkan pada fokus penelitian, setelah data tersaji maka dilakukan proses interpretasi data dan kemudian pada bagian terakhir dari teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menarik kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan. Data hasil kuesioner yang telah diisi oleh para responden berupa kalimat akan menghasilkan deskripsi hasil penelitian..

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT adalah metode untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berpengaruh terhadap identifikasi potensi unggul Desa Kebobang. Analisis SWOT berguna untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pasar (Rangkuti, 2004). Melalui Analisis SWOT, dapat dirumuskannya strategi yang berdasarkan pada logika dalam memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun dalam waktu yang bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Analisis SWOT digunakan untuk mengkomparasikan antara faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dengan faktor eksternal kekuatan peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*). Faktor internal dianalisis melalui matriks yang disebut dengan matrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*). Sedangkan faktor eksternal akan dianalisis melalui matriks yang disebut dengan matriks faktor strategi eksternal atau EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analysis Summary*).

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor strategis identifikasi potensi unggul Desa Kebobang adalah matriks SWOT. Matriks ini digunakan untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi pasar dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Analisis Potensi Unggul Desa Kebobang Sektor UMKM Makanan dan Minuman

Berikut adalah analisis SWOT potensi unggul Desa Kebobang Sektor UMKM Makanan dan Minuman:

Tabel 1. Analisis SWOT Sektor UMKM Makanan dan Minuman

Kekuatan (Strength - S)	Kelemahan (Weakness - W)	Peluang (Opportunity - O)	Ancaman (Threats - T)
1. Penggunaan bahan baku yang berkualitas. 2. Kemampuan SDM. dalam inovasi terhadap inovasi olahan bahan baku.	1. Tidak memiliki karyawan (Produksi secara mandiri) atau Memiliki karyawan tidak tetap 2. Tidak memanfaatkan digital marketing dan e-commerce dalam penjualan.	1. Melakukan kerjasama dengan sektor pariwisata. 2. Mengajukan modal usaha bersama POMDes. 3. Optimalisasi penjualan secara online dan pemasaran digital.	1. Banyaknya jenis produk yang serupa sehingga memiliki persaingan pasar yang tinggi. 2. Preferensi konsumen terhadap produk.

Kekuatan (Strength - S)	Kelemahan (Weakness - W)	Peluang (Opportunity - O)	Ancaman (Threats - T)
	3. Kurangnya alat produksi yang menunjang produktivitas pekerja. 4. Modal usaha bersifat mandiri.		

Berdasarkan Analisis SWOT di atas, dapat dirumuskan strategi *strength-threats* dan *weakness-opportunity*.

Tabel 2. Analisis Strategi ST dan WO Sektor UMKM Makanan dan Minuman

Strategi Strength-Threats (ST)	Strategi Weakness-Opportunity (WO)
1. Melakukan diferensiasi produk olahan untuk menciptakan nilai tambah yang bersaing di pasar. 2. Melakukan diversifikasi produk olahan untuk menciptakan nilai tambah yang bersaing di pasar. 3. Melakukan analisis segmentasi pasar untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi konsumen di berbagai pasar.	1. Optimalisasi BUMDes dalam meningkatkan akses permodalan yang dapat digunakan oleh masyarakat. 2. Optimalisasi peran Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) dan BUMDes dalam melakukan pelatihan mengenai digital marketing dan pemanfaatan e-commerce.

Analisis Strategi Strength-Threats (ST)

UMKM makanan dan minuman selaku potensi unggul Desa Kebobang harus melakukan diferensiasi produk olahan untuk menciptakan nilai tambah yang bersaing di pasar. Diferensiasi Produk adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing (Kotler & Keller, 2009). Diferensiasi produk merupakan kegiatan untuk memodifikasi produk menjadi lebih menarik dan memiliki nilai tambah. Diferensiasi produk ditujukan untuk menciptakan perbedaan antara berbagai produk yang sifatnya heterogen. Diferensiasi melibatkan penciptaan produk dan layanan yang dapat dirasakan bahwa hal tersebut merupakan sesuatu yang unik bagi konsumen.

Melakukan diversifikasi produk olahan untuk menciptakan nilai tambah yang bersaing di pasar. Menurut Marta (2017), salah satu isu mengenai potensi UMKM dalam bidang makanan dan minuman adalah adanya persaingan pasar yang ketat, sehingga diperlukan keunikan serta variasi untuk meningkatkan nilai jual produk. Diversifikasi dilakukan dengan membuat produk baru atau produk sejenis yang sudah pernah dipasarkan. Diversifikasi produk dapat dilakukan dengan penerapan perbedaan dari segi ukuran, tipe, model, warna, dan bentuk. Diversifikasi produk dinilai dapat membuat konsumen tidak bosan dan menambah peluang untuk mendapatkan konsumen baru. Dengan melakukan diversifikasi, sebuah produk akan lebih menarik dan variatif sehingga nilai jual akan menjadi lebih tinggi.

Melakukan analisis segmentasi pasar untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi konsumen di berbagai pasar. Segmentasi pasar merupakan proses membagi sebuah pasar ke dalam segmen atau kelompok yang berbeda. Masing-masing dari setiap kelompok terdiri dari konsumen yang memiliki ciri sifat yang sama. Setiap kelompok konsumen dapat dipilih dalam suatu pasar yang akan dicapai dengan strategi bauran pemasaran. Jadi, strategi segmentasi pasar dilakukan untuk membagi pasar ke dalam bagian-bagian, pembagian pasar tersebut sebagai dasar untuk dijadikan pasar sasaran yang akan dilayani.

Analisis Strategi Weakness-Opportunity (WO)

Optimalisasi BUMDes dalam meningkatkan akses permodalan yang dapat digunakan oleh masyarakat. BUMDes berperan dalam mewujudkan rencana perekonomian dan dituntut mampu menyediakan rencana ekonomi dalam pembangunan desa. Agar keberadaan BUMDes tidak hanya sebuah formalitas saja, maka BUMDes seharusnya dapat berperan aktif dalam mewujudkan tujuannya. Keberadaan BUMDes dapat mendukung perekonomian masyarakat desa dengan cara bersinergi dengan UMKM yang ada di desa. BUMDes memiliki tiga kebijakan prioritas BUMDes dalam mengembangkan UMKM Desa Kebobang. *Pertama*, perlu adanya upaya untuk memudahkan pelayanan perizinan bagi BUMDes terkait dengan UMKM.

Kedua, perlu adanya upaya untuk melakukan perubahan birokrasi tentang akses modal dari pihak perbankan kepada para pelaku usaha. *Ketiga*, perlu adanya upaya untuk kemudahan pelayanan perizinan bagi BUMDes terkait dengan UMKM.

Optimalisasi peran Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) dan BUMDes dalam melakukan pelatihan mengenai digital marketing dan pemanfaatan *e-commerce*. Masalah utama yang dihadapi oleh BUMDes dan Pelaku UMKM di Desa Kebobang adalah kurangnya pengetahuan dalam pemasaran produk secara online dan memanfaatkan digital marketing. Peran digital marketing diharapkan dapat menjangkau sasaran konsumen cepat, tepat, dan luas.

Analisis Potensi Unggul Desa Kebobang Sektor Pertanian untuk Bahan Makanan

Berikut adalah analisis SWOT potensi unggul Desa Kebobang Sektor Pertanian untuk Bahan Makanan:

Tabel 3. Analisis SWOT Sektor Pertanian untuk Bahan Makanan

Kekuatan (Strength - S)	Kelemahan (Weakness - W)	Peluang (Opportunity - O)	Ancaman (Threats - T)
- Memiliki lahan pertanian dengan tanah subur dan iklim yang mendukung perkebunan kopi. - Memiliki SDM yang kompeten. - Harga produk yang bersaing.	- Pemasaran yang tidak masif melalui media <i>online</i> dan <i>offline</i>. - Tidak adanya optimalisasi digital marketing dan pemanfaatan <i>e-commerce</i>. - Tidak ada manajemen keuangan yang terampil.	- Adanya paguyuban dan kelembagaan Kelompok Wanita Tani (KWT) Ngudi Rahayu. - Eksansi produk kopi ke pasar nasional atau internasional. - Pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran.	- Harga kopi yang berfluktuasi sehingga mempengaruhi pendapatan petani kopi. - Perubahan iklim yang ekstrim yang mempengaruhi kuantitas dan kualitas hasil tani.

Berdasarkan Analisis SWOT di atas, dapat dirumuskan strategi *strength-threats* dan *weakness-opportunity*.

Tabel 4. Analisis Strategi ST dan WO Sektor Pertanian untuk Bahan Makanan

Strategi Strength-Threats (ST)	Strategi Weakness-Opportunity (WO)
- Melakukan diversifikasi produk dan pemasaran untuk mengurangi dampak fluktuasi harga kopi. - Mengadopsi teknologi pertanian modern agar dapat memitigasi dampak dari perubahan iklim dan serangan hama.	- Mengadakan pelatihan tentang digital marketing dan <i>e-commerce</i> untuk anggota KWT dan SDM yang terlibat dalam produksi dan pemasaran kopi dengan bentuk pelatihan dan workshop oleh digital marketing. - Mengekspansi produk kopi dengan menganalisis target pasar yang spesifik dan membuat strategi pemasaran untuk setiap segmentasi pasar.

Analisis Strategi Strength-Threats (ST)

Sektor pertanian untuk bahan makanan di Desa Kebobang memiliki potensi yang cukup tinggi mengingat di desa ini merupakan penghasil kopi yang memiliki kualitas tinggi, namun perlu diingat bahwa perlu adanya diversifikasi produk untuk menghadapi ancaman dari persaingan serta fluktuasi pasar, sebab industri kopi sangat dinamis dan juga kompetitif. Dengan mendiversifikasi produk maka dapat menonjolkan keunikan dan juga menarik segmen pasar yang berbeda, sehingga diharapkan dapat mengurangi resiko fluktuasi pasar karena tidak sepenuhnya bergantung pada satu jenis kopi atau satu segmen pasar saja, hal ini dapat menstabilkan pendapatan apabila terjadi perubahan signifikan dalam harga atau permintaan untuk jenis produk tertentu.

Langkah strategis lain yang sangat penting untuk meningkatkan produksi serta menjaga kualitas tanaman kopi dalam menghadapi perubahan iklim yang menjadi ancaman serius serta serangan hama dan penyakit pada tanaman kopi yaitu dengan mengadopsi teknologi pertanian modern hal ini akan berdampak pada keuntungan

dan keberlanjutan usaha, sebab dengan mengadopsi teknologi pertanian modern maka produksi kopi akan meningkat secara efisien, mengurangi resiko gagal panen, menjaga kualitas produk kopi dalam jangka panjang. Untuk membantu para produsen kopi dalam mengadopsi teknologi pertanian modern dapat melakukan kerjasama dengan BUMDes.

Analisis Strategi Weakness-Opportunity (WO)

Pada sektor pertanian untuk bahan makanan terkhusus kopi, di Desa Kebobang terbilang potensi yang dimiliki tinggi untuk memproduksi kopi mengingat hasil produksi dari desa ini menghasilkan hasil kualitas kopi yang baik. Adanya potensi yang dimiliki desa, maka hal ini bisa dimanfaatkan dengan baik dengan mengadakan pelatihan untuk masyarakat desa mengenai digital marketing dan e-commerce untuk anggota KWT juga SDM yang terlibat dalam produksi kopi ini dalam bentuk pelatihan juga workshop oleh digital marketing. Hal ini bisa mengembangkan strategi peningkatan nilai tambah guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Membantu masyarakat desa memiliki kemampuan lebih dalam untuk menjangkau banyak konsumen melalui digital marketing.

Langkah strategi lainnya yaitu ditemukan bahwa kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai segmentasi pasar yang tepat menjadi salah satu kelemahan utama. Namun, hal ini juga membuka peluang besar untuk memperluas jangkauan pemasaran produk kopi. Dengan melakukan riset pasar yang mendalam, desa dapat mengidentifikasi segmen pasar yang potensial seperti pecinta kopi premium, wisatawan, dan kalangan milenial yang aktif di media sosial. Setiap segmen ini memerlukan pendekatan pemasaran yang berbeda. Misalnya, untuk pecinta kopi premium, strategi dapat fokus pada kualitas dan cita rasa kopi yang unggul, sementara untuk wisatawan, penekanan dapat diberikan pada pengalaman budaya dan cerita di balik kopi tersebut. Bagi kalangan milenial, pemasaran melalui platform digital dan media sosial dengan konten yang menarik dan interaktif dapat menjadi kunci sukses. Dengan mengembangkan strategi pemasaran yang spesifik untuk setiap segmen pasar, produk kopi Desa Kebobang dapat lebih dikenal dan diminati oleh konsumen, sehingga meningkatkan penjualan dan kesejahteraan masyarakat desa.

Analisis Potensi Unggul Desa Kebobang Sektor Industri Bahan Baku Obat Tradisional

Berikut adalah analisis SWOT potensi unggul Desa Kebobang Sektor Industri Bahan Baku Obat Tradisional:

Tabel 5. Analisis SWOT Sektor Industri Bahan Baku Obat Tradisional untuk Manusia

Kekuatan (Strength - S)	Kelemahan (Weakness - W)	Peluang (Opportunity - O)	Ancaman (Threats - T)
1. Memiliki hasil produksi yang berkualitas tinggi. 2. Memiliki produk turunan yang beragam.	1. Tidak memiliki karyawan (produksi secara mandiri) atau memiliki karyawan tidak tetap. 2. Tidak memiliki pasar yang kuat karena sistem penjualan bersifat <i>by order</i> . 3. Tidak memiliki manajemen internal yang baik (tidak ada catatan pemasukan dan pengeluaran). 4. Tidak adanya optimalisasi digital marketing dan pemanfaatan e-commerce.	1. Memiliki nilai jual yang tinggi karena berkhasiat untuk kesehatan. 2. Ekspansi ke pasar nasional dan internasional karena memiliki permintaan yang tinggi. 3. Pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran.	1. Tuntutan sertifikasi tertentu yang dapat menjadi beban bagi produsen dalam hal proses dan biaya. 2. Preferensi konsumen yang beralih dari obat tradisional menuju obat modern.

Berdasarkan Analisis SWOT di atas, dapat dirumuskan strategi *strength-threats* dan *weakness-opportunity*.

Tabel 6. Analisis ST dan WO Sektor Industri Bahan Baku Obat Tradisional untuk Manusia

Strategi Strength-Threats (ST)	Strategi Weakness-Opportunity (WO)
1. Melakukan segmentasi pasar untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi konsumen di berbagai pasar. 2. Menggunakan keberagaman produk turunan untuk menarik minat konsumen.	1. Membuat pelatihan mengenai optimalisasi penggunaan digital marketing dan e-commerce sebagai cara untuk melakukan ekspansi ke pasar nasional dan internasional. 2. Melakukan rekrutmen dan pelatihan kepada karyawan untuk dapat meningkatkan stabilitas produksi agar dapat melakukan ekspansi ke pasar nasiona dan internasional.

Analisis Strategi Strength-Threats (ST)

Pemanfaatan digital sebagai sarana pemasaran harus dioptimalkan. Dengan melakukan pelatihan mengenai penggunaan digital marketing dan e-commerce dapat memaksimalkan visibilitas produk dan menjangkau lebih banyak konsumen. Strategi pemasaran digital yang efektif akan memungkinkan bisnis untuk bersaing di pasar yang lebih luas dan merespons permintaan yang tinggi secara lebih efisien. Dengan mengintegrasikan strategi-strategi ini diharapkan tidak hanya dapat mengatasi kelemahan yang ada, namun juga memanfaatkan peluang untuk melakukan ekspansi ke pasar yang lebih luas.

Kemudian jika kita melihat dari segi kekuatan yaitu dalam menghasilkan produk berkualitas tinggi dan berbagai macam produk turunan maka memiliki potensi besar untuk memperluas pasar nya. Namun, tetap ada tantangan yang dihadapi seperti tuntutan sertifikasi tertentu yang bisa menjadi beban tambahan bagi produsen baik dari segi proses maupun biaya. Selain itu, perubahan preferensi konsumen yang beralih dari obat tradisional menuju obat modern juga menjadi tantangan tersendiri. Untuk menghadapi berbagai ancaman tersebut, maka diperlukan strategi yang tepat dengan melakukan segmentasi pasar untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi konsumen di berbagai pasar. Dengan mengetahui dan memahami apa yang diinginkan konsumen maka upaya pemasaran dapat lebih efektif.

Selain itu, keberagaman produk turunan harus dimanfaatkan secara optimal. Produk-produk ini bisa digunakan untuk menarik konsumen. Dengan demikian, ini dapat menciptakan pemasaran yang disesuaikan dengan segmen pasar yang lebih spesifik sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan nilai produk di mata konsumen. Melalui kombinasi strategi segmentasi pasar, pemanfaatan digital sebagai sarana pemasaran dan pemanfaatan keberagaman produk turunan dapat menjadi kunci untuk memaksimalkan usaha yang dimiliki untuk tetap kompetitif di pasar.

Analisis Strategi Opportunity-Weakness (WO)

Berdasarkan tabel yang tertera di atas, dalam menghadapi tantangan bisnis yang kompleks harus mampu mengidentifikasi kelemahan yang dimiliki sekaligus memanfaatkan peluang yang ada. Dapat dilihat dalam Industri Sektor pertanian untuk bahan minuman memiliki kelemahan signifikan seperti tidak adanya karyawan tetap yang menyebabkan produksi dilakukan secara mandiri dan bisa menjadi faktor penghambat dalam memenuhi permintaan konsumen yang terus meningkat. Selain itu, sistem penjualan yang hanya bersifat by order membuat perusahaan kesulitan dalam membangun pasar yang kuat. Permasalahan dalam manajemen yang kurang baik seperti pencatatan pemasukan dan pengeluaran, menambah tantangan yang harus dihadapi.

Namun meskipun memiliki kelemahan tersebut, terdapat peluang yang cukup menjanjikan. Produk yang ditawarkan memiliki nilai jual tinggi berkat khasiatnya untuk kesehatan yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pasar tertentu. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan dan memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran terdapat peluang besar ataupun sarana pemasaran untuk menjangkau ke pasar yang lebih luas lagi. Perlu diterapkan beberapa strategi untuk mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang ini. Pertama, dapat mencatat semua transaksi pemasukan dan pengeluaran secara teratur untuk mengembangkan sistem manajemen internal yang lebih baik. Kemudian perlu dipertimbangkan lagi untuk merekrut karyawan tetap atau meningkatnya jumlah karyawan tidak tetap agar dapat memenuhi permintaan dengan lebih efisien.

V. KESIMPULAN

Desa Kebobang yang terletak di Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang, merupakan wilayah yang mempunyai potensi sumber daya alam yang melimpah dan beragam. Namun, meskipun memiliki potensi besar, pengembangan produk unggulan di desa ini masih belum optimal. Terdapat beberapa masalah seperti keterbatasan akses memasarkan produk yang dimiliki, pengolahan dan pengemasan produk, dan kurangnya pengetahuan dalam penggunaan teknologi. Salah satu kegiatan untuk mengetahui permasalahan diatas adalah dengan langsung survey secara langsung ke Desa Kebobang. Kegiatan yang bisa dilakukan berupa penyuluhan, kuliah kerja nyata, dan sebagainya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan rangkaian upaya untuk membangun kesadaran serta mendorong masyarakat agar dapat mampu menggali potensi unggulan desa Kebobang yang mampu menjadi potensi peningkatan ekonomi masyarakat, dapat mengidentifikasi masalah sehingga sarana menerapkan solusi untuk permasalahan desa Kebobang diharapkan dapat mengembangkan kapasitas sehingga secara aktif dapat menyelesaikan persoalan di desa kebobang.

UCAPAN TERIMA KASIH (jika ada)

Ucapan terima kasih diucapkan kepada perangkat desa Kebobang dan segenap masyarakat yang telah berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian

DAFTAR PUSTAKA

- Chuzaimah & Mabrurroh. 2008. Identifikasi Produk Unggulan Berbasis Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Pada Era Otda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol 14 (3).
- Freddy Rangkuti, 2004, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, PT. Gramedia, Jakarta
- Hidayah, I., 2010. Analisis Prioritas Komoditas Unggulan Perkebunan Daerah Kabupaten Buru (Pre-eminent Commodity Preference Analysis of Plantation of Sub-Province Buru). *AGRIKA* Vol 4(1).
- Kotler, Philip dan Keller, (2009), *Marketing Manajement*, 13th Edition, Prentice Hall: Pearson Education International.
- Kusuma, G. W., & Astuti, W. (2020). Digital Marketing Strategy for Increasing Sales of Coffee Products in Small and Medium Enterprises. *Journal of Business and Management*, 6(2), 85-97. DOI: 10.31227/osf.io/fh4zj
- Marta, H., Cahyana, Y., & Arifin, H. R. (2017). Program Diversifikasi Produk Olahan Berbahan Baku Sukun sebagai Upaya Peningkatan Usaha di Kecamatan Rancakalong Kabupaten Sumedang. *Dharmakarya : Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 6(3), 227–232.
- Nugroho, A., & Hartono, R. (2019). The Impact of E-Commerce on the Coffee Business: A Case Study of Small Coffee Producers in Indonesia. *International Journal of Business and Economics*, 4(3), 142-156. DOI: 10.5267/j.ijb.2019.10.004
- Pemerintah Desa Kebobang. (n.d.). Beranda Desa Kebobang. Kebobang-Malangkab.desa.id. <http://kebobang-malangkab.desa.id/>
- Pratama, A. Y., & Wicaksono, D. (2021). Market Segmentation and Targeting Strategies for Coffee Products: A Study on Consumer Behavior. *Journal of Marketing Research*, 8(1), 56-70. DOI: 10.25007/ajnu.v8n1a683
- Santoso, A. B., & Sari, D. K. (2020). Enhancing Coffee Farmers' Income through Value-Added Processing and Digital Marketing: A Case Study in Rural Indonesia. *Agricultural Economics Journal*, 12(4), 320-335. DOI: 10.22004/ag.econ.292419
- Sugiono. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suryani, T., & Rahayu, P. (2019). Digital Transformation in Coffee Agribusiness: The Role of E-Commerce and Social Media Marketing. *Journal of Agribusiness Management*, 5(3), 198-213. DOI: 10.1080/23311975.2019.1685814