

POTENTIAL ANALYSIS AND DEVELOPMENT STRATEGY OF KAMPOENG HIDROPONIK AS A VILLAGE YOUTH ENTREPRENEURSHIP PIONEER

KOLOKIUUM

Jurnal Pendidikan Luar Sekolah

<http://kolokium.ppj.unp.ac.id/>

Jurusan Pendidikan Luar Sekolah

Fakultas Ilmu Pendidikan

Universitas Negeri Padang

Sumatera Barat, Indonesia

Volume 10, Nomor 1, Tahun 2022

DOI: 10.24036/kolokium.v10i1.520

Received 24 Maret 2022

Approved 07 April 2022

Published 11 April 2022

Indri Ajeng Setyoningrum^{1,2}, Atika Indah Cahyani¹, Reza Gusmanti¹

¹Universitas Pendidikan Indonesia

²indriajeng@upi.edu

ABSTRACT

Kampoeng Hidroponik of Sobontoro Village is a social innovation developed by village youth called Rupa Desa group. This attempt is an initiation to improve the conditions of slum settlements in their environment. Kampoeng Hidroponik of Sobontoro Village is a form of community empowerment that is carried out through social entrepreneurship. This study aims to analyze the business potential of Kampoeng Hidroponik of Sobontoro Village as a pioneer of social entrepreneurship by village youth. This study used qualitative research by describing the internal and external environmental conditions through the PEST factor. Then analyzed by SWOT analysis to formulate the development strategy of Kampoeng Hidroponik. Data collection technique using observation, interview and literature review. The research results show the developmental strategies for the enhancement of product management such as: (1) product differentiation for customer choice; (2) develop hydroponic vegetable processed products; (3) create customer loyalty programs; (4) marketing to upper middle-class customers such as restaurant and hotel; (5) join the hydroponics and business community to disseminate information; (6) strengthen promotional content on social media. Meanwhile, in term of strengthening community empowering, development strategies include: (1) increasing the capacity and competence of Rupa Desa members as facilitator and managers of educational tourism; (2) create a visit and training program for students, university, and homemakers group; (3) increase urban farming campaign; and (4) socialize and educate the surrounding community who have not joined yet.

Keywords: *business potential, Kampoeng Hidroponik, sociopreneurship*

INTRODUCTION

Tulungagung merupakan salah satu kabupaten kecil yang terletak di bagian selatan Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Tulungagung berada di pesisir pantai selatan yang berbatasan dengan Samudera Hindia. Wilayah Kabupaten Tulungagung memiliki drainase yang buruk. Dimana setiap musim hujan selalu mengalami genangan bahkan banjir di beberapa tempat. Hal ini menyebabkan Tulungagung memiliki banyak permukiman kumuh sejumlah 320 hektar yang tersebar di 5 kecamatan. Hal ini didasarkan pada kriteria wilayah yang dikatakan kumuh meliputi sanitasi, rumah tidak layak huni (RTLH), kondisi jalan, sediaan air bersih, kerawanan kebakaran, ruang terbuka hijau dan pengelolaan limbah.

Desa Sobontoro berada di Kecamatan Boyolangu yang termasuk salah satu wilayah kecamatan kumuh. Luas wilayah Desa Sobontoro adalah 141 hektar yang terdiri dari 2 dusun, 10 RW dan 66 RT. Jumlah penduduk adalah 9.416 jiwa. Secara geografis Desa Sobontoro memiliki areal persawahan dan perkebunan yang cukup luas di bagian selatan desa. Mata pencaharian penduduk beragam, diantaranya petani, pegawai negeri, buruh, tukang, pengusaha, dan lainnya. Potensi paling menonjol yang dimiliki adalah sentra industri konveksi.

Letak Desa Sobontoro masuk dalam kawasan kota dengan jarak ke kantor kabupaten sekitar 2 kilometer. Desa Sobontoro memiliki pemukiman yang padat penduduk dan menjadi daerah kumuh. Hal ini merupakan akibat dari drainase yang kurang baik yang menyebabkan banyak genangan bahkan banjir di daerah pemukiman warga ketika turun hujan.

Permasalahan tersebut memunculkan inovasi dari para pemuda desa untuk berkontribusi dalam upaya penanggulangan permukiman kumuh. Pemuda Desa Sobontoro menginisiasi komunitas Rupa Desa pada 24 Juni 2019 sebagai wadah para pemuda desa dalam mengembangkan berbagai potensi desa melalui gerakan para pemuda. Kegiatan Rupa Desa dalam bidang lingkungan adalah membentuk Kampoeng Hidroponik. Kampoeng Hidroponik ini terletak di RT 01 RW 02 Dusun Prayan Desa Sobontoro Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung yang menjadi salah satu lokasi pemukiman kumuh.

Kampoeng Hidroponik ini merupakan inovasi sosial yang digagas para pemuda desa dengan memanfaatkan lingkungan dan pekarangan pemukiman warga. Berdasarkan Stanford Graduate School of business, inovasi sosial merupakan sebuah proses menemukan, menjamin dukungan dan mengimplementasikan solusi baru (*novel solution*), permasalahan sosial (*social problem*) yang ada di masyarakat dan menciptakan solusi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Inovasi tersebut pada akhirnya dapat membuat perubahan pada masyarakat (*social change*) dimasanya dan secara khusus sesuai dengan permasalahan yang timbul dari masing-masing kondisi baik secara nilai, budaya maupun sosial ekonomi (Darwis et al., 2022).

Awal pembentukan Kampoeng Hidroponik dibiayai oleh Penghasilan Asli Desa (PAD) dari pemerintah Desa Sobontoro. Kemudian menerima dana Badan Pemberdayaan Masyarakat (BPM) dari program Kotaku tahun 2019. Program Kotaku merupakan program Padat Karya Tunai (PKT) oleh Ditjen Cipta Karya Kementerian PUPR yang bersinergi dengan pemerintah daerah dan kelompok masyarakat. Program ini merupakan upaya dalam melakukan perbaikan kualitas kawasan permukiman kumuh di perkotaan.

Kampoeng Hidroponik Desa Sobontoro menjadi program pemberdayaan masyarakat dalam bentuk kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*). Kewirausahaan sosial merupakan kewirausahaan yang tidak hanya mengejar keuntungan melainkan juga untuk menyelesaikan masalah sosial yang ada di masyarakat (Safira & Roseta, 2021). Setiap orang bisa menjadi wirausahawan asal mau dan mempunyai kesempatan untuk belajar berwirausaha (Irmawita, 2019). Setiap anggota masyarakat selain mendapatkan hak-hak dan jaminan untuk hidup, mengembangkan pendidikan serta berpikir, memilih, menghayati, mengamalkan agamanya, menentukan bidang usaha ekonominya (Anggraini et al., 2018). Setiap orang berhak menentukan sikap, pemikiran, dan emosi berdasarkan tanggung jawab atas semua hasil dan konsekuensi bagi diri mereka masing-masing. (Arini, 2021) menyatakan “*Each individual has the right to determine their own attitudes, thoughts, and emotions based on responsibility for all the results and consequences for their individual self*”. Konsep pemberdayaan masyarakat adalah

meliputi tiga hal, diantaranya pengembangan (*enabling*), memperkuat potensi atau daya (*empowering*), dan terciptanya kemandirian. Pemberdayaan tidak terjadi pada masyarakat yang tidak memiliki kemampuan saja, melainkan juga pada masyarakat dengan daya yang terbatas untuk dikembangkan hingga mencapai kemandirian Winarni, dalam (Sulistiyani, 2017). Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu program dari masyarakat dan untuk masyarakat guna memberikan daya atau kemampuan tertentu dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang lebih baik dalam segala bidang (Hayati, 2020). Lebih lanjut beberapa tahap pemberdayaan menurut (Sulistiyani, 2017) diantaranya meliputi tahap penyadaran dan pembentukan perilaku menuju perilaku sadar dan peduli sehingga merasa membutuhkan peningkatan kapasitas diri, kemudian tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan keterampilan agar terbuka wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran dalam pembangunan, selanjutnya tahap peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan dan keterampilan sehingga terbentuk inisiatif dan kemampuan inovatif untuk mengantarkan pada kemandirian.

Melalui Kampoeng Hidroponik para pemuda desa telah merintis sebuah kewirausahaan sosial. Menurut Haught dalam (Safira & Roseta, 2021) Kewirausahaan adalah suatu kegiatan sadar yang dilakukan seseorang dalam menciptakan peluang usaha untuk masyarakat, dengan memanfaatkan bahan baku yang melimpah, memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada sebagai media pemasaran produk usaha yang dibuatnya, serta memiliki jiwa kemandirian, kreatif, inovatif, percaya diri, jujur, dan memiliki semangat yang tinggi dalam membuat usaha (Prahestiwi et al., 2021) kewirausahaan sosial adalah sebuah bentuk usaha yang bertujuan untuk melakukan perubahan sosial dengan menyelesaikan permasalahan sosial dengan menggunakan prinsip-prinsip kewirausahaan. Boschee dan McClurg dalam (Rahmawaty et al., 2011), menyatakan bahwa konsep kewirausahaan sosial adalah mengkombinasikan filantropi dan subsidi pemerintah dengan pendapatan usaha. Kewirausahaan sosial bekerja dengan mendefinisikan masalah sosial kemudian mengatur, membuat dan mengelola usaha sosial guna mencapai perubahan yang diinginkan. Produk dari aktivitas ekonomi merupakan cerminan budaya yang berkembang di kelompok masyarakat (Nugraheni & Rahmattullah, 2021). Pengelolaan tersebut dicapai dengan memadukan kegiatan sosial dan berorientasi laba, mencapai swasembada, mengurangi ketergantungan pada sumbangan dan dana pemerintah, serta meningkatkan potensi nilai sosial yang diusulkan (Safira & Roseta, 2021). Dengan berwirausaha dapat membantu masyarakat membuka lapangan kerja, meningkatkan penghasilan masyarakat, mengembangkan pertumbuhan ekonomi (A. K. Sari et al., 2018).

Beberapa hal yang menjadi prinsip dalam menjalankan kewirausahaan sosial menurut Conner dan Drucker diantaranya: (1) waspada terhadap informasi baru; pembuatan rencana solusi yang ditawarkan berfokus pada kualitas manusia yakni empati, fleksibilitas, dan nilai-nilai etika yang kuat; (2) *stakeholder relationship*; perlu disadari pentingnya hubungan sosial antara para pemangku kepentingan dan pengaturan sosial secara keseluruhan atau konteks dimana usaha kewirausahaan dapat beroperasi; (3) *leadership/agent of change*; kewirausahaan sosial mencoba untuk mempersiapkan orang-orang dengan keterampilan kepemimpinan, ide dan sumber daya sehingga mereka bisa efektif dan mampu mengambil keputusan; (4) kerja sama; kekuatan terbesar dari pengusaha sosial tidak dalam cara mereka membangun usaha untuk menghasilkan produk atau jasa, melainkan dalam cara menghubungkan orang-orang, dengan demikian membantu orang bekerja sama lebih efektif; (5) pembiayaan; setiap organisasi membutuhkan perencanaan keuangan tetapi bukan menggalang dana, pengusaha sosial memikirkan mengenai pembiayaan operasional perusahaan; (6) bottom up; organisasi

sosial diharapkan dapat berkembang menjadi organisasi yang bersifat bottom up dimana dapat menghargai pendapat dan ide-ide dari masyarakat (Safira & Roseta, 2021).

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis potensi Kampoeng Hidroponik Desa Sobontoro sebagai rintisan kewirausahaan sosial oleh pemuda desa. Analisis dilakukan dengan mendeskripsikan kondisi lingkungan internal dan eksternal melalui faktor PEST. Kemudian menganalisis kondisi usaha melalui analisis SWOT untuk selanjutnya di formulasikan strategi pengembangan usaha Kampoeng Hidroponik Desa Sobontoro.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang pengelolaan usaha Kampoeng Hidroponik Desa Sobontoro secara komprehensif.

Lokasi penelitian adalah di Kampoeng Hidroponik yang terletak di Dusun Prayan RT 01 RW 02 Desa Sobontoro Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka. Aspek data yang digali adalah pengelolaan usaha Kampoeng Hidroponik di Desa Sobontoro.

Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis berdasarkan tahapan analisis Huberman dan Miles (1984) yaitu meliputi reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan.

DISCUSSION

Lingkungan Internal

Pengelolaan Usaha

Desa Sobontoro terletak di kawasan yang termasuk dalam pinggiran kota. Pemukiman penduduk lumayan padat dengan drainase yang kurang baik sehingga sering terjadi banjir di beberapa wilayah pemukiman warga. Usaha hidroponik yang digagas oleh para pemuda desa ini menjadi potensi perekonomian baru bagi warga yang mengelola dan memanfaatkannya selain tujuannya untuk menyediakan bahan pangan khususnya sayur organik untuk masyarakat. Areal hidroponik menggunakan pekarangan atau halaman warga sekitar RT 01 RW 02 Desa Sobontoro. Bidang usaha yang dilakukan oleh komunitas selain penjualan produk sayuran hidroponik diantaranya; (1) pelatihan edukasi hidroponik individu dan kelompok atau sekolah dan lembaga; (2) menerima jasa pembuatan kit dan green hidroponik berskala besar; (3) menyediakan berbagai sayuran hidroponik; (4) konsultasi pengembangan hidroponik; dan (5) menjual peralatan hidroponik sesuai pemesanan.

Dana dari program Kotaku sebesar 31,5 juta rupiah dimanfaatkan untuk membeli pipa paralon, baja ringan dan peralatan hidroponik lainnya. Jumlah peralatan hidroponik yang tersedia sejumlah 26 unit yang dimanfaatkan untuk masing-masing rumah tangga. Proses pembuatan peralatan dilaksanakan secara swadaya oleh komunitas Rupa Desa serta masyarakat sekitar. Media tanam dan peralatan dibagikan kepada setiap rumah tangga di wilayah RT tersebut. Proses penanaman dibimbing kelompok pemuda Rupa Desa sebagai penggerak mulai dari pembibitan, penanaman, perawatan hingga panen.

Sayuran yang ditanam diantaranya pakcoy, selada, stroberi california dengan pertimbangan mudah pemasaran dan perawatannya. Setiap periode tanam hingga panen membutuhkan waktu sekitar 40 hari. Satu set media tanam rata-rata menghasilkan 3-5 kg sawi pakcoy dengan asumsi harga 20 kg per kilo. Hasil ini masih jauh dari maksimal yang diharapkan. Hasil usaha hidroponik ini dibagi 50% untuk pemilik tanah dan 50% untuk pengembangan usaha oleh kelompok Rupa Desa sebagai pengelola untuk perawatan, pembibitan dan pemberian nutrisi tanaman.

Pemasaran

Teknik pemasaran Kampoeng Hidroponik Desa Sobontoro dilakukan dengan dua saluran distribusi yaitu *direct channel of distribution* (saluran distribusi langsung) dan *indirect channel of distribution* (saluran distribusi tak langsung). Saluran distribusi langsung menjual produk secara langsung kepada konsumen. Yakni perorangan baik untuk kebutuhan rumah tangga dan usaha makanan kecil yang datang langsung ke lokasi. Distribusi secara tidak langsung menggunakan jasa perantara yakni menjadi pemasok untuk pasar swalayan yang berfungsi sebagai *reseller*.

Promosi dilakukan melalui media sosial, seperti instagram, facebook, dan youtube channel. media social dapat menjadi solusi yang efektif dalam menjalankan usaha berbasis teknologi, (Aulia, 2021). Postingan pengunjung di media sosial secara tidak langsung juga berpengaruh meningkatkan jumlah pengunjung untuk datang langsung ke lokasi, baik untuk membeli produk maupun belajar metode hidroponik, atau memesan instalasinya. Promosi bersifat edukasi melalui pelatihan (*workshop*) dan kunjungan oleh kelompok masyarakat untuk belajar menanam sayuran metode hidroponik guna memenuhi kebutuhan sayur secara mandiri.

Sumber Daya Manusia

Usaha kawasan hidroponik ini melibatkan warga lingkungan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat. Kelompok pengelola utama mayoritas terdiri dari pemuda mulai dari usia 10 hingga 30 tahun. Selain itu dalam kegiatan yang dilakukan juga sering melibatkan ibu-ibu kampung dalam hal pemeliharaan sarana prasarana dan penyediaan logistik ketika ada kegiatan seperti pelatihan penanaman hidroponik.

Stakeholder

Kampoeng Hidroponik Desa Sobontoro telah memiliki stakeholder mulai dari lembaga pemerintahan, komunitas hingga pusat perbelanjaan untuk pemasaran produk. Stakeholder tersebut diantaranya: pemerintah desa (kepala desa), kawasan hidroponik ini mendapatkan dukungan berupa materi dari pemerintah desa karena menjadi salah satu program dalam pemberdayaan masyarakat desa; Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Lingkungan Hidup sebagai dinas terkait di bidang bisnis yang dijalankan; Pemerintah Daerah (Bupati), kawasan hidroponik telah mendapat kunjungan dari Bupati Tulungagung dan jajarannya serta Desa Sobontoro ditunjuk sebagai perwakilan dalam lomba PKK daerah dengan salah satu potensi yang diunggulkan adalah kawasan hidroponik tersebut; PLKB BKKBN Desa, melalui informasi di media sosial, kelompok PLKB BKKBN di berbagai desa telah melakukan kunjungan untuk belajar mengenai penanaman hidroponik; pusat perbelanjaan (Bravo Tulungagung), produk hidroponik Desa Sobontoro telah masuk dalam pemasaran di pusat perbelanjaan Bravo Tulungagung sebagai produk organik lokal.

Lingkungan Eksternal

Politik

Kondisi politik yang berpengaruh dalam usaha Kampoeng Hidroponik di Desa Sobontoro ini adalah adanya program Kotaku dari Kementerian PUPR. Program Kotaku merupakan kerjasama Kementerian PUPR dengan pemerintah daerah (pemda) dari kelompok masyarakat untuk melakukan perbaikan kualitas kawasan permukiman kumuh di perkotaan. Program ini selaras dengan tujuan pengembangan Kampoeng Hidroponik Desa Sobontoro. Kelompok Rupa Desa sebagai pengelola Kampoeng Hidroponik telah menjadi kelompok Penerima & Pemelihara (KPP) program Kotaku.

Ekonomi

Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak awal tahun 2020 di seluruh dunia menyebabkan ekonomi turun drastis bahkan terancam mengalami inflasi. Pertumbuhan ekonomi nasional, standar nilai tukar dan tingkat inflasi memburuk sehingga menyebabkan daya beli masyarakat rendah. Hal ini menyebabkan penjualan hasil produk Kampoeng Hidroponik belum maksimal.

Sosial Budaya

Perubahan gaya hidup sangat membawa peluang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Keanekaragaman budaya yang ada di masyarakat, dapat berupa potensi yang dapat digali untuk dimanfaatkan dalam kegiatan pelatihan kewirausahaan berbasis potensi local (Hidayat, 2017). Masyarakat modern khususnya yang berada di lingkungan perkotaan mulai memiliki perhatian yang tinggi terhadap kesehatan. Salah satunya dari bahan makanan yang mereka konsumsi. Usaha hidroponik ini menjadi salah satu solusi dalam memperoleh bahan makanan yang organik dan berkualitas tinggi. Selain itu masyarakat juga dapat mengikuti langkah penanaman hidroponik ini secara mandiri. Ditambah kemudahan dalam pengelolaannya dalam lingkungan pinggiran kota yang padat.

Teknologi

Seiring dengan kemajuan teknologi semakin memudahkan para pengusaha dalam pemasaran hasil serta pengembangan produk. Melalui media sosial seperti instagram, facebook, youtube dan aplikasi pesan seperti Whatsapp, fitur-fitur teknologi tersebut dimanfaatkan untuk meningkatkan peluang usaha, maka akan meningkatkan keunggulan bersaing (S. M. Sari et al., 2020). Komunitas Rupa Desa dengan mudah dapat memasarkan hasil tanaman hidroponik kepada masyarakat secara luas. Selain memasarkan produk melalui teknologi ini juga menjaring *stakeholder* serta masyarakat luas untuk berkunjung ke kawasan hidroponik guna menikmati sarana di lokasi, memanen sayuran hingga mengikuti pelatihan penanaman hidroponik.

Analisis SWOT

SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (tantangan). Analisis SWOT merupakan alat yang digunakan untuk mengidentifikasi isu-isu internal dan eksternal yang mempengaruhi kemampuan dalam pengelolaan usaha. Analisis SWOT merupakan sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Berikut deskripsi analisis Kampoeng Hidroponik Desa Sobontoro:

Strengths (Kekuatan)

- S1 : mendapat dukungan dari pemerintah baik desa maupun daerah
Kampoeng Hidroponik yang dikelola oleh pemuda desa dalam komunitas Rupa Desa mendapatkan dukungan dari pemerintah desa dalam bentuk materi maupun peningkatan kapasitas sumber daya manusianya. Bentuk usaha ini menjadi salah satu program pemberdayaan masyarakat untuk mengembangkan potensi masyarakat dan mengatasi permasalahan yang ada di lingkungan.
- S2 : dikelola oleh para pemuda yang memiliki motivasi dan semangat yang tinggi
Kampoeng Hidroponik diinisiasi dari kelompok pemuda desa yang memiliki ide, inovasi dan kreasi yang tinggi untuk mengembangkan usaha. Peran pemuda sangat penting dalam pembangunan masyarakat dan wilayahnya. Dengan jiwa kepemimpinan dan kreativitas yang tinggi para pemuda dapat mengembangkan bentuk kewirausahaan sosial ini dengan baik.
- S3 : memiliki banyak stakeholder
Kampoeng Hidroponik Desa Sobontoro sudah mulai banyak dikenal oleh masyarakat luas, dari lembaga pemerintahan, komunitas dan masyarakat dari luar daerah. Hal ini menjadi kekuatan penting untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha.
- S4 : diferensiasi bentuk usaha
Komunitas Rupa Desa tidak semata melakukan penjualan dari hasil produksi tanaman hidroponik. Mereka juga menawarkan bentuk wisata edukasi bagi para pengunjung untuk dapat belajar penanaman dan memanen sendiri sayuran hidroponik. Selain itu juga menyediakan bibit tanaman dan peralatan instalasi hidroponik.

Weaknesses (Kelemahan)

- W1 : keterbatasan lahan untuk perluasan kawasan
Saat ini area Kampoeng Hidroponik masih berada dalam satu wilayah yakni di RT 01 RW 02 Desa sobontoro. Lokasinya berupa gang pemukiman warga dengan lahan yang tidak begitu luas. Penanaman hidroponik belum meluas ke wilayah warga yang lain.
- W2 : hasil produksi belum menjangkau seluruh masyarakat
Hasil produksi hidroponik belum menjangkau keseluruhan masyarakat khususnya warga Desa Sobontoro sendiri. Masih banyak warga yang belum mengetahui keberadaan dan bentuk dari usaha yang dijalankan.
- W3 : keterbatasan sumber daya yang profesional
Anggota Rupa Desa sebagai pengelola belum ada yang secara profesional memiliki keterampilan pembudidayaan tanaman hidroponik. Semua berawal dari belajar secara otodidak. Kelemahan juga pada kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola usaha sosial ini untuk menjangkau dan memberdayakan seluruh masyarakat.

W4 : manajemen usaha belum optimal

Akibat dari keterbatasan sumber daya manusia yang ada menyebabkan manajemen usaha belum dapat dijalankan secara maksimal. Walaupun usaha berjalan namun pengembangan belum terlihat secara signifikan.

Opportunities (Peluang)

O1 : peningkatan gaya hidup masyarakat terhadap produk organik

Gaya hidup sehat masyarakat semakin meningkat. Masyarakat semakin sadar akan pentingnya makanan sehat dan bahan yang bebas dari pestisida. Hal ini menjadi kesempatan untuk menyediakan produksi bahan pangan organik dan sehat.

O2 : adanya program Kotaku dari Kementerian PUPR

Program Kotaku memberikan andil yang besar dalam pengembangan usaha Kampong Hidroponik Desa Sobontoro. Karena memiliki tujuan yang sama yakni untuk memperbaiki lingkungan. Hal ini dapat dimanfaatkan hingga mendapatkan pembiayaan untuk pengembangan usaha.

O3 : ekspansi target market dan stakeholder yang tinggi

Kebutuhan bahan sayuran organik lebih banyak diminati oleh kalangan menengah ke atas baik dari rumah tangga maupun bidang usaha seperti restoran dan perhotelan.

O4 : perluasan kawasan di lokasi desa yang lain

Masih banyak wilayah di Desa Sobontoro yang dapat dijadikan area pembudidayaan hidroponik. Namun hal ini membutuhkan keterampilan dalam menggerakkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam upaya mengembangkan Kampong Hidroponik di Desa Sobontoro.

O5 : potensi wisata edukasi

Wisata edukasi berbentuk kunjungan dan pelatihan sedang banyak diminati oleh masyarakat yang menginginkan pengalaman lebih dalam menikmati objek wisata. Pengembangan Kampong Hidroponik sebagai wisata edukasi akan memperkuat nilai sosial masyarakat dengan partisipasinya dalam pengembangan kegiatan dan aktivitas yang dijalankan.

Threats (Tantangan)

T1 : pandemi Covid -19

Pandemi Covid-19 yang belum diketahui kapan akan berakhirnya telah mengubah banyak hal dalam segala bidang. Pengaruhnya yang sangat signifikan adalah pada pertumbuhan ekonomi yang sangat memburuk. Pembatasan sosial juga menyebabkan banyak sektor tidak berjalan salah satunya yang paling terdampak adalah pariwisata.

T2 : persaingan harga produk

Jenis produk sayuran hidroponik masih menjadi bahan makanan yang belum dapat dinikmati oleh masyarakat secara luas dari semua status ekonomi. Instansi peralatan

yang tergolong masih mahal dan jenis sayuran premium membuat harga produk lebih tinggi dari sayuran yang ditanam secara konvensional.

T3 : kelompok masyarakat yang skeptis terhadap usaha kawasan hidroponik

Salah satu tantangan terbesar dalam mengembangkan usaha sosial adalah menumbuhkan kesadaran dan menggerakkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam prosesnya. Hal ini membutuhkan wirausaha sosial yang tangguh sekaligus dapat menjadi fasilitator dalam pemberdayaan masyarakat.

T4 : keberlanjutan usaha sosial dengan partisipasi penuh masyarakat

Tantangan besar lainnya dalam menjalankan kewirausahaan sosial adalah *sustainability* atau keberlanjutan usaha. Kewirausahaan sosial membutuhkan partisipasi aktif masyarakat untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha guna mencapai pemberdayaan yang optimal. Pengelola harus mampu menjaga dan menguatkan hubungan dengan masyarakat.

Formulasi Strategi Pengembangan Kampoeng Hidroponik

Strategi pengembangan Kampoeng Hidroponik Desa Sobontoro dilakukan dengan menyusun matriks SWOT. Matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang penting dalam membantu mengembangkan empat tipe strategi, diantaranya: *SO (Strength-Opportunities) strategies*; *WO (Weaknesses-Opportunities) strategies*; *ST (Strengths-Threats) strategies*; dan *WT (Weaknesses-Threats) strategies*.

IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan dan kelemahan lembaga. EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summary*) adalah faktor-faktor strategi eksternal suatu lembaga dalam kerangka peluang dan ancaman. Menurut (Rangkuti, 2005) keduanya dibandingkan untuk menghasilkan alternatif strategi (SO, ST, WO, dan WT).

Strategi SO disusun melalui penggunaan kekuatan internal usaha untuk memperoleh peluang-peluang yang ada di luar usaha. Strategi WO bertujuan untuk meminimalkan kelemahan internal usaha dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal yang ada. Strategi ST diusahakan untuk menghindari atau meminimalkan dampak dari ancaman eksternal dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki. Sedangkan strategi WT merupakan cara bertahan untuk tujuan memperkecil kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

Tabel 1
Matriks SWOT Kampoeng Hidroponik Desa Sobontoro

EFAS	IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESESS (W)
	OPPORTUNITIES (O) 1. Peningkatan gaya hidup masyarakat terhadap produk organik 2. Adanya program Kotaku dari kementerian PUPR 3. Ekspansi target market dan stakeholder yang luas 4. Perluasan kawasan di lokasi desa yang lain 5. Potensi wisata edukasi	STRATEGI S-O 1. Diferensiasi produk untuk pilihan konsumen 2. Melakukan pengembangan produk olahan sayur hidroponik 3. Membuat program loyalitas pelanggan seperti layanan antar, membership, dan diskon	STRATEGI W-O 1. Pemasaran ke konsumen kelas menengah atas seperti restoran dan hotel 2. Bergabung dalam komunitas hidroponik dan komunitas bisnis untuk menyebarluaskan informasi 3. Meningkatkan kapasitas dan kompetensi pemuda rupa desa sebagai fasilitator dan pengelola eduwisata
THREATS (T) 1. Kondisi ekonomi yang tidak stabil 2. Persaingan harga produk 3. Kelompok masyarakat yang skeptis terhadap usaha kawasan hidroponik 4. Pandemi Covid-19	STRATEGI S-T 1. Membuat program kunjungan dan pelatihan untuk pelajar, mahasiswa, atau kelompok ibu rumah tangga 2. Memperkuat konten promosi di media sosial	STRATEGI W-T 1. Menaikkan kampanye <i>urban farming</i> 2. Melakukan edukasi kepada masyarakat sekitar yang belum menanam hidroponik untuk memperluas area tanam	

Dari hasil matrik SWOT diperoleh strategi pengembangan yang diuraikan sebagai berikut: Strategi SO (*Strength-Opportunity*): (a) Diferensiasi produk untuk pilihan konsumen, Diferensiasi produk sayur dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kebutuhan masyarakat terhadap jenis sayur dapat di survey melalui jajak pendapat pelanggan atau melalui media sosial yang dimiliki; (b) Melakukan pengembangan produk olahan sayur hidroponik, Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan menambah jenis produk unggulan seperti olahan makanan dari bahan sayur organik yang diproduksi. Makanan olahan yang dapat dibuat diantaranya pasta sayur, es krim sayur dan olahan lain yang dapat meningkatkan nilai jual produk; (c) Membuat program loyalitas pelanggan seperti layanan antar, *membership*, dan diskon, Layanan antar menjadi pilihan yang banyak digunakan untuk meningkatkan daya beli

masyarakat terhadap produk. Hal ini juga terkait dengan pandemi Covid-19 dimana kegiatan sosial sangat dibatasi. Adanya pelayanan antar akan memudahkan masyarakat untuk mendapatkan produk. Pelanggan akan lebih tertarik dengan adanya potongan harga atau diskon dari pembelian produk yang mereka inginkan. Adanya kartu anggota atau *membership* akan menambah kepercayaan masyarakat sebab mereka akan ikut merasa memiliki usaha. Kartu anggota ini dapat diberikan kepada pelanggan maupun ditawarkan kepada pengunjung baru.

Strategi WO (*Weakness-Opportunity*): (a) Pemasaran ke konsumen kelas menengah atas seperti restoran dan hotel, Produk bahan sayuran organik lebih banyak dibutuhkan dan diminati oleh masyarakat kelas menengah, sehingga perlu memasuki pasar yang sesuai. Bahan sayuran seperti selada lebih banyak digunakan untuk makanan cepat saji atau makanan premium yang biasanya dijual di restoran dan sajian menu di hotel. Namun jika memasuki pasar menengah ke atas seperti hotel dan restoran maka perlu penyesuaian produksi sebab biasanya akan membutuhkan stok produk yang banyak dan berkelanjutan; (b) Bergabung dalam komunitas hidroponik dan komunitas bisnis untuk menyebarluaskan informasi, Telah banyak komunitas yang bergerak dan menggeluti bidang hidroponik. Dengan bergabung di dalamnya akan mempermudah kerjasama dalam hal pengelolaan maupun penegmbangan usaha. Komunitas bisnis juga sangat berperan dalam bertukar informasi dan pemasaran produk serta peningkatan kapasitas sumber daya; (c) Meningkatkan kapasitas dan kompetensi pemuda Rupa Desa sebagai fasilitator dan pengelola eduwisata, Pengembangan usaha Kampoeng Hidroponik menjadi wisata edukasi juga dibutuhkan peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Terutama kapasitas pemuda dari komunitas Rupa Desa yang menjadi pengelola utama. Kecakapan yang dibutuhkan adalah menjadi fasilitator wisata edukasi di samping kompetensi dalam pengelolaan produk usaha budidaya hidroponik. Komunitas Rupa Desa harus mampu menjadi pengusaha sekaligus fasilitator untuk memastikan keberlanjutan Kampoeng Hidroponik sebagai usaha pemberdayaan masyarakat.

Strategi (*Strength-Threat*): (a) Membuat program kunjungan dan pelatihan budidaya hidroponik untuk pelajar, mahasiswa, atau kelompok ibu rumah tangga, Budidaya hidroponik memiliki banyak kelebihan untuk dapat dibudidayakan oleh semua kalangan, baik dari anak kecil hingga orang tua. Hal ini menjadi nilai tambah untuk memudahkan dalam menjangkau sasaran usaha. Komunitas Rupa Desa dapat mulai membuka paket program meliputi kunjungan, belajar menanam hingga panen sendiri di tempat yang ditujukan kepada kelompok pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga dan komunitas lainnya; (b) Memperkuat konten promosi di media sosial, Saat ini masyarakat cenderung lebih banyak hidup di dunia maya. Hal ini berpotensi besar untuk memasarkan usaha melalui media massa khususnya media sosial. Konten yang menarik sangat dibutuhkan untuk menarik perhatian masyarakat. Konten dapat berupa video yang diunggah melalui channel Youtube atau konten-konten berupa *soft selling* untuk menggiring opini masyarakat. Hal ini membutuhkan penguatan kapasitas sumber daya manusia dalam hal pemasaran digital.

Strategi WT (*Weakness-Threat*): (a) Menaikkan kampanye *urban farming*, Budidaya hidroponik merupakan salah satu bentuk *urban farming* dimana masyarakat dapat bertani walaupun di wilayah perkotaan. Saat ini telah ada komunitas besar yakni Indonesia Berkebun yang mengkampanyekan tren *urban farming* di banyak kota besar. Hal ini dapat dijadikan inspirasi untuk menyebarkan kampanye yang sama guna mengenalkan masyarakat kepada produk hortikultura dan menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu lingkungan di daerah perkotaan; (b) Melakukan edukasi kepada masyarakat sekitar yang belum menanam

hidroponik untuk memperluas area tanam, Kampoeng Hidroponik Desa Sobontoro memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi wisata edukasi yang meluas. Hal ini sesuai dengan kriteria desa yang dapat dikembangkan menurut Alexander Osterwalder, diantaranya berdasarkan faktor-faktor: (1) memiliki potensi dan daya tarik; (2) memiliki dukungan sumber daya manusia; (3) motivasi kuat dari masyarakat; (4) memiliki dukungan sarana dan prasarana yang memadai; (5) mempunyai fasilitas pendukung kegiatan wisata; (6) mempunyai kelembagaan yang mengatur kegiatan wisata; (7) ketersediaan lahan/area yang dimungkinkan untuk dikembangkan menjadi tujuan wisata.

CONCLUSION

Usaha budidaya hidroponik di Kampoeng Hidroponik Desa Sobontoro ini merupakan bentuk upaya pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan kewirausahaan sosial. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dibutuhkan dua bentuk penguatan dan pengembangan dalam usaha ini yakni penguatan pada pengelolaan produk hidroponik dan penguatan pada pemberdayaan masyarakatnya. Desa Sobontoro masih memiliki banyak wilayah yang dapat dijadikan pusat budidaya hidroponik untuk pengembangan usaha. Namun dalam hal ini membutuhkan penguatan kepada masyarakat terhadap komitmen untuk berpartisipasi di dalam pengelolaannya. Karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui terkait usaha ini maka dibutuhkan sosialisasi dan edukasi secara lebih luas untuk menjangkau aspirasi dan partisipasi masyarakat guna mengembangkan Kampoeng Hidroponik sebagai wisata edukasi yang berkelanjutan.

REFERENCES

- Anggraini, M., Solfema, S., & Ismaniar, I. (2018). Hubungan antara Kontrol Sosial Masyarakat dengan Perilaku Sosial Anak Usia Dini. *KOLOKIUM Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 6(1), 65–78. <https://doi.org/10.24036/kolokium-pls.v6i1.7>
- Arini, F. D. (2021). Bullying-Related Social Skills Instrument For Children With Disabilities : Within The Extracurricular Activities In Educational Context Berkaitan Dengan Bullying Bagi Penyandang Disabilitas : Konteks Aktivitas Ekstrakurikuler Dalam Pendidikan. *KOLOKIUM Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 9.
- Aulia, N. A. (2021). *Enterpreneurship literacy, Digital literacy, Business continuity*.
- Darwis, R. S., Saffana, S. R., Miranti, Y. S., & Yuandina, S. (2022). *Kewirausahaan Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat*. 4(2), 135–147.
- Hayati, N. (2020). The Role of Community Library Rumah Asa in Empowerment of Communities in Karangkajen Yogyakarta. *KOLOKIUM Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 8(1), 54–61. <https://doi.org/10.24036/kolokium-pls.v8i1.390>
- Hidayat, D. (2017). *Model Pelatihan Magang Kewirausahaan Training Model of Entrepreneurial Apprenticeship*. 1, 20–33.
- Irmawita, I. (2019). Entrepreneurship Education in Developing People's Economy. *KOLOKIUM Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 7(1), 53–60. <https://doi.org/10.24036/kolokium-pls.v7i1.21>

- Nugraheni, E. Y., & Rahmattullah, M. (2021). Peningkatan Literasi Digital Dan Inovasi Produk Sasirangan Bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1–7.
- Prahestiwi, E. R., Sadikin, A., & Saripah, L. (2021). Society's Entrepreneurship During The Pandemic Through The Water Hyacinth Handicraft in The Village of Walahar Klari Distric of West Java. *SPEKTRUM: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah (PLS)*, 9(2), 276. <https://doi.org/10.24036/spektrumpls.v9i2.112702>
- Rahmawaty, P., Suwanto, D. H., & Endarwati, M. L. (2011). Pengembangan Metode Pembelajaran Pendidikan Karakter Melalui Kewirausahaan Sosial (Sociopreneurship). *Jurnal Pendidikan Inovatif*, 1(2), 1–15.
- Rangkuti, F. (2005). *Analisis SWOT dan Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka.
- Safira, N. I., & Roseta, C. I. (2021). Model Kewirausahaan Sosial pada Komunitas Muslim Rumah Harapan Karangpatihan Bangkit. *Journal of Social Community*, 6(1), 1–23.
- Sari, A. K., Aini, W., & Jalius, J. (2018). Hubungan antara Internal Locus of Control dengan Minat Berwirausaha Alumni Pelatihan Bordir di LKP Muslimah Group. *KOLOKIUUM Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 6(1), 39–53. <https://doi.org/10.24036/kolokium-pls.v6i1.5>
- Sari, S. M., Yunizar, & Sartika, D. (2020). Determinants Of Msme's Competitive Advantage: Do Digital Competency And Entrepreneurial Orientation Matter?. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 335(1), 93–96.
- Sulistiyani. (2017). *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Gava Media.