

PERAN INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING STROBERI LOKAL MELALUI DIVERSIFIKASI PRODUK DESA LEBAKMUNCANG CIWIDEY

Nafisah Yuliani^{1*}, Diah Pramestari², I Gede Agus Suwartane³, Nana Trisnawati⁴

¹⁻⁴Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta, Indones

Email Korespondensi: nafisahyuliani15@gmail.com

ABSTRAK

Desa Lebakmuncang, Ciwidey, Kabupaten Bandung merupakan salah satu sentra produksi stroberi di Jawa Barat yang menghadapi permasalahan ketergantungan pada penjualan buah segar dengan umur simpan singkat dan fluktuasi harga yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran inovasi produk dalam meningkatkan daya saing stroberi lokal melalui diversifikasi produk serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung implementasinya. Metode penelitian menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) dengan survei kuesioner terstruktur kepada 15 responden pelaku UMKM stroberi, didukung wawancara mendalam, observasi lapangan, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman dan minat diversifikasi berada pada kategori sangat baik (77,08%), manfaat dan dampak diversifikasi sangat baik (84,58%), faktor pendukung dan penghambat dalam kategori baik (72,5%), serta faktor penentu strategi diversifikasi dalam kategori baik (71,6%). Inovasi produk terbukti mampu meningkatkan nilai jual stroberi hingga 2–3 kali lipat dibandingkan penjualan buah segar. Faktor-faktor pendukung implementasi meliputi ketersediaan bahan baku, antusiasme masyarakat, dukungan kelompok tani, dan permintaan pasar dari wisatawan. Diversifikasi produk stroberi melalui inovasi merupakan strategi krusial dalam pengembangan agroindustri yang berkelanjutan di pedesaan.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Diversifikasi Produk, Stroberi Lokal, Daya Saing, UMKM

ABSTRACT

Lebakmuncang Village, Ciwidey, Bandung Regency is one of the strawberry production centers in West Java that faces problems of dependence on fresh fruit sales with a short shelf life and high price fluctuations. This study aims to examine the role of product innovation in enhancing the competitiveness of local strawberries through product diversification and to identify the factors supporting its implementation. The research method uses a mixed methods approach with a structured questionnaire survey of 15 respondents from strawberry SMEs, supported by in-depth interviews, field observations, and document analysis. The results indicate that understanding and interest in diversification are in the very good category (77.08%), the benefits and impacts of diversification are very good (84.58%), supporting and inhibiting factors are in the good category (72.5%), and the determining factors of diversification strategy are in the good category (71.6%). Product innovation is proven to increase the selling value of strawberries up to 2–3 times compared to fresh fruit sales. Factors supporting implementation include the availability of raw materials, community enthusiasm, farmer group support, and market demand from tourists. Strawberry product diversification through innovation is a crucial strategy in sustainable agro-industry development in rural areas.

Keywords: Product Innovation, Product Diversification, Local Strawberry, Competitiveness, SMEs

PENDAHULUAN

Desa Lebakmuncang di Ciwidey dikenal sebagai wilayah dengan potensi pertanian stroberi yang melimpah. Sebagian besar masyarakat menggantungkan hidup pada sektor pertanian dan UMKM berbasis stroberi. Desa Lebakmuncang memiliki areal daerah yang mayoritasnya merupakan tanah pertanian (340,684 Ha lahan pertanian dan 259,123 Ha tanah Kering), lahan pertanian (156.483 Ha) dan area kehutanan (173 Ha). sebagai sumber penghidupan mayoritas masyarakat Desa Lebakmuncang mengandalkan dalam bidang pertanian dan kebun (Kemenkraf, 2023)

Di Kampung Lebakmuncang, yang diidentifikasi sebagai pusat produksi stroberi. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi petani stroberi adalah ketergantungan pada penjualan buah segar yang memiliki karakteristik mudah rusak (*highly perishable*). Menurut (MUTU, 2019) Buah stroberi segar hanya memiliki masa simpan yang sangat singkat, yakni sekitar 2-3 hari pada suhu ruang dan maksimal 7-10 hari pada kondisi penyimpanan dingin, sehingga petani seringkali terpaksa menjual dengan harga rendah demi menghindari kerugian akibat kerusakan produk. Kondisi ini diperparah oleh fluktuasi harga pasar yang sangat tajam, terutama pada musim panen raya, di mana harga buah stroberi segar dapat turun drastis hingga 50-70% dari harga normal. Akibatnya, pendapatan petani menjadi tidak stabil dan sulit diprediksi. Potensi diversifikasi yang lebih luas, seperti barang hasil olahan (selai, jus, serta camilan) belum banyak dilakukan. Ketiadaan kekuatan hal ini dapat menyebabkan minimnya pemasukan dan menurunnya daya saing di pasar yang semakin bersaing.

Diversifikasi Produk adalah strategi krusial bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar meningkatkan kompetisi dan keberlangsungan usaha. Diversifikasi produk adalah pengembangan produk turunan untuk meningkatkan nilai tambah komoditas pertanian (Anggraini et al., 2019). Diversifikasi produk merupakan salah satu strategi bisnis yang dipandang mampu menjadi solusi atas permasalahan tersebut. Melalui diversifikasi produk, buah stroberi tidak hanya dijual dalam bentuk segar melainkan diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah seperti selai, sirup, dodol, keripik, es krim, minuman sari buah, kosmetik, hingga produk farmasi berbasis ekstrak stroberi. Nilai tambah yang dihasilkan dari proses pengolahan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan petani, tetapi juga memperpanjang umur simpan produk, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan stabilitas harga yang lebih baik bagi pelaku usaha di sepanjang rantai nilai stroberi

Selanjutnya (Anggraini et al., 2019) mengatakan diversifikasi produk menjadi strategi untuk memperpanjang umur simpan, memperluas segmen pasar, dan menambah nilai tambah. Dalam studi-studi pengabdian dan penelitian sejenis, diversifikasi produk olahan terbukti mendorong peningkatan nilai jual dan kemandirian usaha, misalnya melalui pelatihan diversifikasi produk strawberry dan produk olahan buah .

Berdasarkan penelitian (Gede et al., n.d.) Rata-rata umur responden UMKM Stroberi Desa Lebakmuncang Ciwidey antara 18-25 tahun. UMKM Stroberi Desa Lebakmuncang Ciwidey memulai usaha diversifikasi produk stroberi bervariasi, yaitu 50% memulai usaha diversifikasi dibawah 2 tahun (pemula), 20% memulai usaha diversifikasi produk stroberi antara 2-4 tahun dan 30% memulai usaha diversifikasi 5 tahun ke atas. Pengembangan UMKM di Desa Lebakmuncang mencakup berbagai jenis usaha yang berhubungan dengan stroberi, yaitu bentuk produk olahan. UMKM yang fokus pada pembuatan produk makanan dan minuman berbahan dasar stroberi, seperti selai, jus, keripik, dodol dan frozen food.

Berdasarkan hasil survey terhadap 15 responden UMKM stroberi diperoleh gambaran sebagai berikut :



Gambar 1. Inovasi yang dilakukan UMKM Stroberi Desa Lebakmuncang tahun 2025 (Peneliti, 2026)

Peran inovasi produk stroberi Lebakmuncang juga dapat dipahami dalam konteks ekonomi kreatif yang memanfaatkan kreativitas, inovasi, dan teknologi untuk menciptakan nilai tambah ekonomi (Budiarto et al., 2018). Ekonomi kreatif mendorong pelaku usaha untuk tidak hanya berpikir tentang produk fungsional, tetapi juga tentang pengalaman, identitas, dan narasi yang melekat pada produk. Menurut (Djazuli et al., 2024) Peran inovasi produk dalam konteks diversifikasi juga menjadi aspek penting yang perlu dikaji secara mendalam. Inovasi produk tidak hanya mencakup pengembangan produk baru, tetapi juga meliputi perbaikan proses produksi, peningkatan kualitas, kemasan yang lebih menarik, serta pengembangan merek yang kuat. Dengan dukungan inovasi yang tepat, daya saing produk stroberi lokal dapat ditingkatkan, baik di pasar domestik maupun pasar ekspor. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendorong pengembangan agroindustri berbasis komoditas lokal sebagai bagian dari strategi pembangunan ekonomi pedesaan yang berkelanjutan.

Implementasi diversifikasi produk stroberi masih menghadapi berbagai hambatan, di antaranya keterbatasan modal usaha, kurangnya pengetahuan dan keterampilan teknis dalam pengolahan produk, terbatasnya akses terhadap teknologi pengolahan modern, lemahnya jaringan pemasaran, serta belum optimalnya dukungan kelembagaan dan kebijakan pemerintah. Analisis yang komprehensif terhadap faktor-faktor pendukung dan penghambat diversifikasi, strategi pengembangan agroindustri, serta peran inovasi produk menjadi sangat penting untuk dirumuskan guna memberikan arah kebijakan dan strategi yang tepat bagi peningkatan daya saing stroberi lokal. Tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis tingkat pemahaman dan minat petani serta pelaku usaha terhadap strategi diversifikasi produk stroberi.
2. Mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam diversifikasi produk stroberi.
3. Mengkaji peran inovasi produk dalam meningkatkan daya saing stroberi lokal melalui diversifikasi produk dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung implementasinya

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian campuran (*mixed methods research*) yang mengintegrasikan metode kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur pengaruh variabel-variabel diversifikasi produk. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali informasi mendalam mengenai faktor pendukung dan penghambat diversifikasi serta strategi pengembangan agroindustry stroberi.

Pada komponen kuantitatif, penelitian ini menggunakan desain survei dengan kuesioner terstruktur sebagai instrumen pengumpulan data utama. kuesioner terstruktur, dibagi menjadi bagian A (Pemahaman dan minat diversifikasi), B (Faktor pendukung dan penghambat diversifikasi), C (Manfaat dan dampak diversifikasi), serta D (Faktor penentu dalam strategi diversifikasi). Sementara pada komponen kualitatif, digunakan pendekatan studi kasus dengan teknik wawancara mendalam, observasi lapangan, dan analisis dokumen. Kedua pendekatan ini dilakukan secara paralel dan hasilnya diintegrasikan pada tahap interpretasi untuk menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang strategi diversifikasi produk stroberi.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di Desa Lebakmuncang, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung (meliputi pelaku budidaya, pengolah, dan penjual). Waktu penelitian 2 bulan pada tahun 2025.

Populasi Dan Sampel

Populasi terdiri atas petani stroberi di Desa Lebakmuncang, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung meliputi pelaku budidaya, pengolah, dan penjual. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria petani telah membudidayakan stroberi minimal 1 tahun dan UMKM/pengolah yang sudah minimal memproduksi 1–2 produk olahan stroberi (misal selai, sirup, kering, yogurt/dessert berbahan stroberi, atau produk oleh-oleh).

Sumber Dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden dan informan penelitian melalui berbagai teknik pengumpulan data yang dijelaskan pada bagian berikutnya. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, antara lain: dokumen profil desa, data produksi stroberi, laporan dinas pertanian setempat, serta dokumentasi laporan UMKM, foto produk, data penjualan, jurnal ilmiah, publikasi penelitian terdahulu, serta berbagai dokumen kebijakan yang relevan dengan topik penelitian

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui empat metode, yaitu :

1. Kuesioner (skala Likert 1–4) untuk mengukur variabel A (Pemahaman dan minat diversifikasi), variabel B (Faktor pendukung dan penghambat diversifikasi), Variabel C (Manfaat dan dampak diversifikasi), serta Variabel D (Faktor penentu dalam strategi diversifikasi).
2. Wawancara mendalam dengan ketua petani stroberi, pelaku UMKM, pengelola desa wisata. Wawancara menggunakan panduan pertanyaan semi-terstruktur yang memungkinkan penggalan informasi secara mendalam tentang pengalaman,

pandangan, dan strategi yang digunakan dalam diversifikasi produk stroberi. Wawancara direkam dengan persetujuan informan dan selanjutnya ditranskripsikan untuk keperluan analisis

3. Observasi lapangan untuk melihat langsung ke lokasi usaha petani dan pengolah stroberi untuk mengamati secara langsung proses budidaya, pengolahan, dan pemasaran produk stroberi. Observasi difokuskan pada aspek infrastruktur, peralatan, proses produksi, dan sistem manajemen usaha yang ada
4. Dokumentasi: Pengumpulan data melalui telaah dokumen meliputi catatan produksi, laporan keuangan usaha, data penjualan, dokumen perizinan, dan berbagai arsip yang relevan dengan kegiatan diversifikasi produk stroberi yang dilakukan oleh responden penelitian.

Operasional Variabel

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala	Jumlah Item Pertanyaan
Pemahaman Dan Minat Diversifikasi	Pengetahuan jenis produk olahan, teknik pengolahan, manfaat ekonomi, keinginan mencoba, kesiapan investasi waktu dan biaya	Interval	4
Faktor pendukung dan penghambat diversifikasi	Ketersediaan teknologi, akses pasar, dukungan penyuluhan, modal. Kurang alat, harga stroberi segar fluktuatif, keterampilan rendah	Interval	4
Manfaat dan dampak diversifikasi	Diversifikasi mengurangi resiko kerugian, deversifikasi meningkatkan pendapatan, diversifikasi membuka peluang kerja, diversifikasi meningkatkan kualitas produk	Interval	4
Faktor penentu dalam strategi diversifikasi	Akses ke teknologi, permintaan pasar, informasi tentang diversifikasi, penerimaan pasar atas produk diversifikasi	Interval	5

Sumber : Penulis (2026)

Analisis Data

Analisis data terdiri atas analisis data kualitatif dan analisis data kuantitatif. Analisis data kualitatif meliputi uji kualitas instrumen yang terdiri atas uji validitas menggunakan korelasi *Product Moment Pearson* dan uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Instrumen dinyatakan valid jika nilai r -hitung $>$ r -tabel dan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60. Data kualitatif dari hasil wawancara mendalam dan observasi lapangan dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik (*thematic analysis*) dengan tahapan: (1) transkripsi data; (2) pemberian kode (*coding*); (3) identifikasi tema-tema utama; (4) penyusunan kategori; dan (5) interpretasi dan penyusunan narasi

Analisis data kuantitatif terdiri atas analisis deskriptif statistik untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi frekuensi jawaban responden atas setiap item pertanyaan. Statistik deskriptif yang dihitung meliputi nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai minimum dan maksimum, serta distribusi persentase jawaban responden.

Langkah-langkah analisis data kuantitatif :

1. Memberi skor pada setiap jawaban responden dengan kriteria sebagai berikut :

- 4: Sangat Setuju (SS)
- 3: Setuju (S)
- 2: Tidak Setuju (TS)
- 1: Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Menghitung Skor Total dan Rata-rata

Skor Total =

$$\text{Skor Total} = \sum (\text{frekuensi} \times \text{skor})$$

Skor Maksimum Total = jumlah responden x jumlah pertanyaan x skor tertinggi

Rata-rata Skor (Mean) = Total skor dibagi jumlah responden

3. Menghitung persentase

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Skor Total}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100\%$$

4. Kriteria Interpretasi

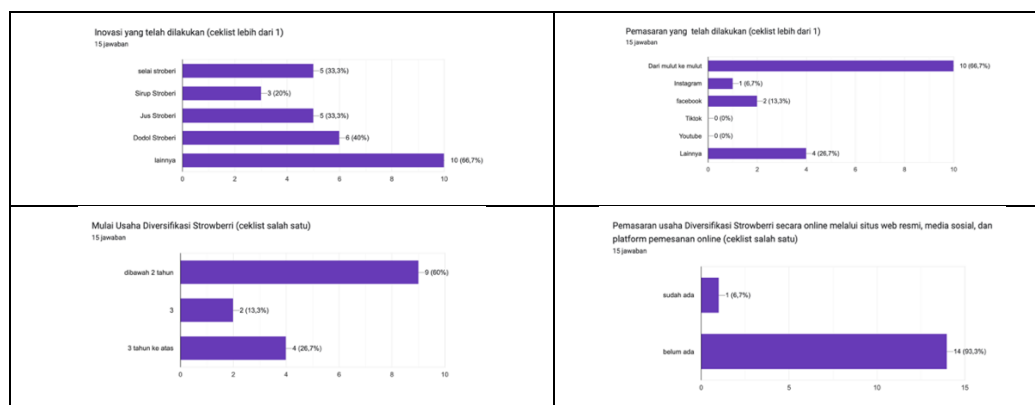
- 0 – 25 % = Sangat Tidak Baik
- 26 – 50 % = Tidak Baik
- 51 – 75 % = Baik
- 76 – 100 % = Sangat Baik

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden sebanyak 15 orang yang terdiri atas 68% adalah laki-laki, 32% perempuan. Rata-rata usia responden 42 tahun. Mayoritas petani (72%) memiliki lahan <0,5 ha. Berdasarkan gambar 2 menunjukkan petani pernah melakukan inovasi atas panen stroberi dalam bentuk selai stroberi 33,3%, sirop stroberi 20%, Jus stroberi 33,3%, dodol stroberi 40% dan selebihnya penjualan dalam bentuk stroberi segar (66,7%). Petani yang melakukan usaha diversifikasi stroberi kurang dari 2 tahun sebanyak 60% dan 26,7% (4 orang) petani melakukan usaha diversifikasi stroberi lebih dari 3 tahun. Pemasaran produk stroberi dilakukan dari mulut ke mulut sebanyak 66,7%. Sebanyak 93,3% responden belum mengenal pemasaran online, artinya pemasaran online belum optimal. Pemasaran online via Instagram 6,7% (1 orang) dan via facebook 13,3% (2 orang).

Inovasi-inovasi ini terbukti mampu meningkatkan nilai jual produk hingga 2–3 kali lipat dibandingkan harga stroberi segar. Buah stroberi segar hanya memiliki masa simpan sangat singkat, yakni sekitar 2–3 hari pada suhu ruang dan maksimal 7–10 hari dalam kondisi penyimpanan dingin. Pada musim panen raya, harga dapat turun drastis hingga 50–70% dari harga normal, sehingga menekan pendapatan petani secara signifikan. Inovasi produk melalui diversifikasi memberikan solusi konkret atas permasalahan ini dengan memperpanjang umur simpan, menstabilkan harga, dan membuka akses pasar yang lebih luas



Gambar 2. Karakteristik Responden (Penulis, 2026)

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada tabel 2. menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid, dengan nilai *r*-hitung berkisar antara 0,731 hingga 0,942, semuanya lebih besar dari nilai *r*-tabel (0,4409) pada taraf signifikansi 5% dengan nilai *DF* (*degree of freedom*) atau derajat kebebasan dengan rumus ($df = n - 2 = 50 - 2 = 48$).

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,974, dimana hasil tersebut seluruhnya melebihi nilai batas 0,60, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Variabel 1	Butir Soal	R hitung	R tabel	Keterangan
Variabel 1	Item 1	0,929	0,4409	Valid
	Item 2	0,765	0,4409	Valid
	Item 3	0,799	0,4409	Valid
	Item 4	0,783	0,4409	Valid
Variabel 2	Item 1	0,919	0,4409	Valid
	Item 2	0,942	0,4409	Valid
	Item 3	0,835	0,4409	Valid
	Item 4	0,802	0,4409	Valid
Variabel 3	Item 1	0,783	0,4409	Valid
	Item 2	0,835	0,4409	Valid
	Item 3	0,765	0,4409	Valid
	Item 4	0,861	0,4409	Valid
Variabel 4	Item 1	0,942	0,4409	Valid
	Item 2	0,743	0,4409	Valid
	Item 3	0,731	0,4409	Valid
	Item 4	0,851	0,4409	Valid
	Item 5	0,902	0,4409	Valid

Sumber : Penulis (2026)

Hasil Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif yang dihitung meliputi nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai minimum dan maksimum, serta distribusi persentase jawaban responden. Hasil statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3. Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00001	15	1	4	2.67	1.047
VAR00002	15	2	4	3.27	.594
VAR00003	15	2	4	3.33	.617
VAR00004	15	2	4	3.07	.594
VAR00005	15	1	4	2.27	.961
VAR00006	15	1	4	2.60	.986
VAR00007	15	3	4	3.60	.507
VAR00008	15	1	4	3.20	1.207
VAR00009	15	2	4	3.07	.594
VAR00010	15	3	4	3.60	.507
VAR00011	15	3	4	3.33	.488
VAR00012	15	3	4	3.53	.516
VAR00013	15	1	4	2.60	.986
VAR00014	15	2	4	3.00	.535
VAR00015	15	3	4	3.27	.458
VAR00016	15	1	3	2.47	.743
VAR00017	15	1	4	3.00	1.195
Valid N (listwise)	15				

Sumber : Penulis (2026)

Hasil Analisis Distribusi Jawaban Responden

Hasil analisis distribusi jawaban responden yang meliputi perhitungan total skor, skor maksimum, nilai persentase serta kriteria interpretasi dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini.

Tabel 4. Hasil Analisis Distribusi Jawaban Responden

Variabel	Total Skor	Skor Maksimum	Persentase	Kriteria
Pemahaman Dan Minat Diversifikasi	185	240	77,08	Sangat Baik
Faktor pendukung dan penghambat diversifikasi	174	240	72,5	Baik
Manfaat dan dampak diversifikasi	203	240	84,58	Sangat Baik
Faktor penentu dalam strategi diversifikasi	215	300	71,6	Baik

Sumber : Penulis (2026)

Pemahaman dan minat diversifikasi

Pemahaman dan minat diversifikasi para responden dilihat pada tabel 4. Berdasarkan tabel 4, mayoritas responden menilai bahwa produk pemahaman dan minat diversifikasi stroberi memiliki kualitas sangat baik yang ditunjukkan nilai rata-rata pemahaman dan minat diversifikasi produk stroberi secara keseluruhan adalah 77,08% dari skala 4 (kategori sangat baik). Hal itu menunjukkan mayoritas responden memiliki pemahaman yang baik tentang konsep diversifikasi produk berbasis stroberi, seperti selai, dodol, minuman sirop stroberi dan produk turunan lainnya. Minat responden terhadap

kegiatan diversifikasi sangat baik, artinya petani, pelaku UMKM, atau masyarakat memiliki ketertarikan yang besar untuk terlibat dalam aktivitas tersebut, yang meliputi : mengembangkan produk olahan, menambah variasi produk, mengikuti pelatihan atau inovasi berbasis stroberi, menjual produk diversifikasi dalam kegiatan usaha

Nilai 77,08 persen menunjukkan bahwa kesadaran dan kesiapan masyarakat terhadap diversifikasi produk stroberi sudah melebihi batas minimal kesiapan, sehingga bisa menjadi dasar yang kuat untuk program pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) stroberi di wilayah tersebut. Responden menilai bahwa diversifikasi adalah peluang ekonomi. Produk olahan stroberi dinilai berkualitas dan potensial. Diversifikasi dianggap dapat meningkatkan pendapatan. Produk stroberi layak dijual dan dikembangkan lebih lanjut.

Faktor pendukung dan penghambat diversifikasi

Faktor pendukung dan penghambat diversifikasi dari para responden dilihat pada tabel 4. Berdasarkan tabel 4, mayoritas responden menilai bahwa produk faktor pendukung dan penghambat diversifikasi stroberi memiliki kualitas sangat baik yang ditunjukkan nilai rata-rata faktor pendukung dan penghambat diversifikasi produk stroberi secara keseluruhan adalah 72,5% dari skala 4 (kategori baik).

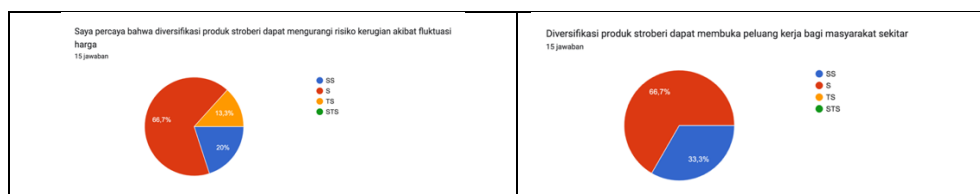
Mayoritas responden menilai bahwa beberapa faktor berikut sudah cukup mendukung: ketersediaan bahan baku stroberi melimpah saat musim panen, antusiasme masyarakat/UMKM untuk mengolah stroberi cukup tinggi, peluang pasar untuk produk olahan stroberi dinilai baik, dukungan lokal (kelompok tani, UMKM, lingkungan desa wisata) relatif memadai, pengetahuan dasar mengenai pengolahan produk sudah dimiliki sebagian petani dan UMKM. Artinya, sebagian besar fondasi yang dibutuhkan untuk diversifikasi produk sudah ada dan cukup kuat.

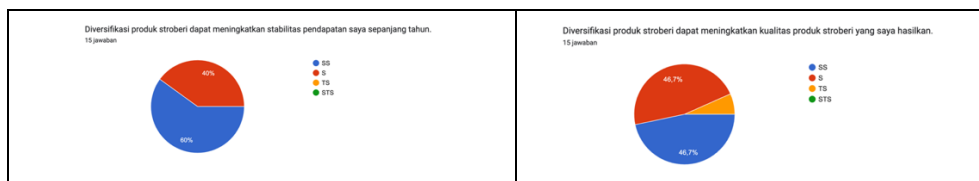
Faktor penghambat juga muncul namun dalam tingkat “Wajar”. Skor 72,5% juga menggambarkan bahwa responden mengenali hambatan nyata, seperti: keterampilan teknis pengolahan produk belum merata, minimnya alat produksi (vacuum fryer, freezer, dehydrator, mesin sealer), keterbatasan modal bagi UMKM kecil dan petani, kesulitan pemasaran di luar desa, keterbatasan packaging professional, fluktuasi harga stroberi saat musim hujan, belum adanya pendampingan usaha yang terstruktur. Namun hambatan ini tidak terlalu besar, karena penilaian masih masuk kategori “baik”.

Hasil rata-rata 72,5% (kategori Baik) menunjukkan kondisi yang sangat potensial untuk mengembangkan diversifikasi stroberi, dengan beberapa hambatan yang masih perlu perbaikan. Dengan intervensi pelatihan, alat produksi, modal, dan strategi pemasaran, pengembangan UMKM stroberi dapat meningkat ke kategori “Sangat Baik”

Manfaat Dan Dampak Diversifikasi

Manfaat dan dampak diversifikasi dari para responden digambarkan pada gambar 3 dibawah ini.





Gambar 3. Manfaat Dan Dampak Diversifikasi (Penulis, 2026)

Berdasarkan tabel 4, mayoritas responden menilai bahwa manfaat dan dampak diversifikasi stroberi memiliki kualitas sangat baik yang ditunjukkan nilai rata-rata manfaat dan dampak diversifikasi produk stroberi secara keseluruhan adalah 84,58 % dari skala 4 (kategori sangat baik). Hal ini menunjukkan bahwa diversifikasi telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan ekonomi, inovasi produk, serta kesejahteraan masyarakat

Nilai 84,58% menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi yang sangat positif terhadap manfaat dan dampak dari diversifikasi produk stroberi. Artinya responden menilai bahwa diversifikasi produk stroberi: meningkatkan nilai tambah produk (dari buah segar menjadi produk olahan bernilai jual lebih tinggi), memperpanjang umur simpan stroberi yang mudah rusak, membuka peluang usaha baru bagi petani dan UMKM, mengurangi kerugian saat panen melimpah, meningkatkan daya saing produk lokal.

Diversifikasi memberikan dampak positif nyata seperti: peningkatan pendapatan petani/UMKM, penciptaan lapangan kerja baru, penguatan ekonomi lokal desa, meningkatkan daya tarik wisata berbasis agro (agrowisata stroberi).

Diversifikasi memberi dampak sosial dan inovasi dalam meningkatkan kreativitas masyarakat dalam mengolah produk, mendorong munculnya inovasi produk baru (makanan, minuman, oleh-oleh khas), meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi produktif. Karena hasil sudah sangat baik, maka fokus solusi adalah penguatan, pengembangan, dan ekspansi.

Faktor Penentu Dalam Strategi Diversifikasi

Faktor penentu dalam strategi diversifikasi dari para responden dapat dilihat pada tabel 4. Berdasarkan tabel 4, mayoritas responden menilai bahwa Faktor penentu dalam strategi diversifikasi stroberi memiliki kualitas sangat baik yang ditunjukkan nilai rata-rata manfaat dan dampak diversifikasi produk stroberi secara keseluruhan adalah 71,6 % dari skala 4 (kategori baik). Dengan nilai 71,6%, dapat disimpulkan bahwa faktor penentu strategi diversifikasi produk stroberi berada pada kategori “baik”. Artinya, kondisi internal dan eksternal sudah cukup mendukung, tetapi beberapa aspek masih perlu ditingkatkan agar strategi diversifikasi berjalan optimal.

Nilai 71,6% menunjukkan bahwa responden menilai bahwa faktor-faktor penentu keberhasilan strategi diversifikasi sudah berada pada tingkat baik. Namun belum mencapai kategori “sangat baik”, sehingga masih membutuhkan penguatan.

Responden menyatakan bahwa faktor-faktor yang tersedia cukup memadai di Desa Lebakmuncang adalah :

1. Ketersediaan bahan Baku stroberi.
Pasokan stroberi dari petani stabil tetapi masih tergantung musim. Kualitas buah cukup baik untuk diolah menjadi berbagai produk turunan.
2. Pengetahuan dan keterampilan pengolahan.
Responden memiliki pemahaman dasar tentang cara mengolah stroberi. Tetapi

keterampilan teknis untuk membuat produk bernilai tinggi masih perlu ditingkatkan.

3. Ketersediaan alat produksi dan teknologi.
Sebagian UMKM/petani menggunakan alat sederhana. Akses terhadap teknologi pengolahan modern masih terbatas.
4. Dukungan pemerintah dan Lembaga.
Ada dukungan pelatihan, namun tidak berlangsung secara rutin. Program bantuan alat dan modal belum merata.
5. Permintaan pasar.
Permintaan pasar produk olahan stroberi cukup tinggi, terutama dari wisatawan. Namun pemasaran ke luar daerah masih lemah.

Inovasi produk stroberi lokal Lebakmuncang mencakup empat dimensi utama yang saling berkaitan dan mendukung satu sama lain dalam menciptakan produk yang berdaya saing tinggi :

1. Inovasi varian produk
Diversifikasi jenis produk olahan merupakan bentuk inovasi yang paling nyata. Petani dan UMKM mengembangkan stroberi segar menjadi selai, sirop, jus, dodol. Varian produk yang beragam memungkinkan penyerapan hasil panen dalam jumlah besar, terutama saat musim panen raya, sekaligus menjangkau segmen pasar yang lebih luas.
2. Inovasi kemasan dan *branding*.
Kemasan yang menarik menjadi salah satu kunci daya saing produk olahan stroberi lokal. Inovasi pada aspek kemasan mencakup desain label yang informatif dan estetik, pemilihan material kemasan yang higienis, pencantuman informasi gizi dan tanggal kadaluarsa, serta pengembangan merek (*brand*) yang kuat dengan pendekatan *storytelling branding*. *Branding* berbasis narasi lokal misalnya identitas sebagai produk asli Desa Lebakmuncang Ciwidey memperkuat keunikan dan daya tarik produk di mata konsumen.
3. Inovasi sertifikasi dan standar mutu.
Inovasi pada aspek legalitas dan standar mutu meliputi perolehan sertifikasi halal dan izin PIRT (Produk Industri Rumah Tangga). Sertifikasi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga membuka akses ke jaringan distribusi yang lebih luas, termasuk toko modern dan pasar ekspor. Standarisasi proses produksi juga berkontribusi pada konsistensi kualitas produk yang dihasilkan.
4. Inovasi model pemasaran.
Inovasi pemasaran berbasis digital menjadi kebutuhan mendesak mengingat 93,3% responden belum memanfaatkan pemasaran online secara optimal. Hanya 6,7% yang memasarkan melalui Instagram dan 13,3% melalui Facebook, sementara 66,7% masih mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut. Inovasi pada model pemasaran mencakup pemanfaatan media sosial, *marketplace digital*, serta integrasi dengan ekosistem agrowisata yang telah berkembang di kawasan Desa Lebakmuncang Ciwidey.

KESIMPULAN

Inovasi produk memberikan dampak positif yang signifikan dan terukur terhadap daya saing stroberi lokal. Berdasarkan analisis data kuantitatif, variabel variabel manfaat

dan dampak diversifikasi memperoleh nilai tertinggi yakni 84,58% (kategori sangat baik), mengindikasikan persepsi yang sangat positif dari para responden terhadap kontribusi inovasi dalam pengembangan usaha mereka. Dampak konkret yang dirasakan meliputi:

1. Peningkatan nilai tambah produk dari buah segar menjadi produk olahan bernilai jual 2–3 kali lebih tinggi.
2. Perpanjangan umur simpan produk sehingga mengurangi risiko kerugian akibat pembusukan.
3. Pembukaan peluang usaha baru bagi petani dan UMKM yang sebelumnya hanya menjual buah segar.
4. Pengurangan risiko kerugian saat panen melimpah melalui diversifikasi saluran penjualan.
5. Penciptaan lapangan kerja baru di tingkat desa sehingga memperkuat ekonomi lokal.
6. Peningkatan daya tarik agrowisata yang mendorong kunjungan wisatawan ke Desa Lebakmuncang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R., Maulina, F., & Vivi, V. (2019). Pemberdayaan masyarakat melalui diversifikasi produk keladi dan singkong. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 63–70.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Ugm Press.
- Djazuli, R. A., Jumadi, R., & Febrianto, B. (2024). *Pengembangan produk pangan*. UMG Press.
- Gede, I., Suwartane, A., Yuliani, N., Gustina, D., Basri, A., Nurzaman, F., Suwarno, M. A., & Purtiningrum, S. W. (n.d.). *Efektivitas YouTube Sebagai Alat Pencarian Informasi Untuk Diversifikasi Produk Stroberi pada UMKM Desa Lebakmuncang Ciwidey*. <https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v8i3>
- Kemenkraf. (2023). *Desa Wisata Lebakmuncang*. https://Jadesta.Kemendagri.Go.Id/Desa/Lebakmuncang_1.
- MUTU, M. (2019). Teknologi Penanganan Buah Segar Stroberi Untuk. *Jurnal Litbang Pertanian Vol*, 38(1), 47–54.