

***MENUJU PENGEMBANGAN
PERDESAAN MODERN DENGAN
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN
KONSEP MARKETING***

OLEH

***Dr.rer.pol.Ir DIDIK NOTOSUDJONO Msc
Dosen Universitas Pakuan-Bogor***

**DISAMPAIKAN DALAM SEMINAR PASACA SARJANA
UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
25 JUNI 2004**

MENUJU PENGEMBANGAN PERDESAAN MODERN DENGAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN KONSEP MARKETING

I. PENDAHULUAN

Indonesia terdiri 17660 Pulau, dan mempunyai Perdesaan kurang lebih 65.000 Desa, dan kita setuju bahwa desa adalah merupakan bentuk pemerintahan yang kecil, dan pada umumnya kepala desa/Lurah dipilih secara langsung oleh rakyat. Tapi jarang orang berpikir bagaimana membangun desa mulai dari desa, yang sebaliknya yang dilakukan pemerintah, adalah pembangunan dimulai dengan konsentrasi dari perkotaan ke desa, perdesaan di Indonesia dibangun dengan pola kesektoran dan tercermin sebagaimana di Kementerian atau Departemen di Pemerintah pusat, dimana koordinasi menjadi barang langka dan harus dibeli dengan harga yang mahal, akibatnya pembangunan di Indonesia dilaksanakan dengan pola pemikiran sektorial dan tentunya ini berdampak pada keberhasilan pembangunan sesaat saja. Pola pendekatan pembangunan yang salah dan selamanya tidak akan berhasil dan harus dibeli dengan harga yang mahal.

Pembangunan di Indonesia harus dimulai dari perdesaan dan melibatkan masyarakat secara utuh dengan pemberdayaan masyarakat dengan konsep Bottom-Up. Khususnya dimulai dari pengembangan Pertanian, karena dari pertanian inilah perekonomian perdesaan bisa menggerakkan sector riil.

Perdesaan di Indonesia sangat kompleks dengan keragaman budaya, Potensi sumberdaya alam dan manusia, system organisasi, Perilaku, dll, sehingga selamanya tidak akan berhasil jika pendekatan pembangunan perdesaan dilaksanakan secara sektorial dan top down. Melihat kompleksitas persolalan perdesaan maka pola pembangunan harus didekati dengan pola sistem Multidisipliner dan Bottom up ataupun kombinasi Top Down dan Bottom up.

Pembangunan perdesaan hanya bisa berhasil hanya jika pola pendekatan pembangunan melalui mobilisasi Masyarakat, dimana ide **inisiatif, perencanaan, sistem management, implementasi, operasional, pemeliharaan, perbaikan, dan sistem keuangan berasal dari masyarakat perdesaan itu sendiri**, masyarakat ikut memiliki dan bertanggungjawab apa yang dilaksanakan, yang harus dipikirkan dalam pengembangan perdesaan adalah menjadikan perdesaan sebagai sentral produksi dan Industri di Indonesia, dimana sistem pertanian menjadi salah satu elemen penting untuk pengembangan perdesaan.

II. TUJUAN UMUM PENGEMBANGAN PERDESAAN

Untuk memobilisasi masyarakat perdesaan harus mempunyai tujuan utama yakni inisiatif untuk mengembangkan perdesaan harus berasal dan muncu dari

masyarakat perdesaan itu sendiri, tujuan secara umum pengembangan perdesaan adalah:

1. Membangun kesadaran Masyarakat dalam kerangka Partisipasi masyarakat secara bottom up.
2. Memperbaiki dan meningkatkan standar hidup serta kebutuhan dasar masyarakat perdesaan.
3. Merubah perilaku dan sikap masyarakat perdesaan

Tujuan umum dari pengembangan perdesaan tersebut diatas, harus diuraikan lebih terinci dan fokus menjadi tujuan group/khusus serta disesuaikan dengan kondisi perdesaan dimana tujuan group/khusus tersebut di implementasikan, tiap perdesaan akan berbeda dalam mencapai tujuan group/khusus perdesaan tergantung dari keragaman Potensi alam, Sumberdaya Manusia dan budaya dll. di perdesaan itu sendiri.

III. AREA PENGEMBANGAN PERDESAAN

Pada umumnya pengembangan perdesaan dapat dikelompokkan dalam beberapa area antara lain:

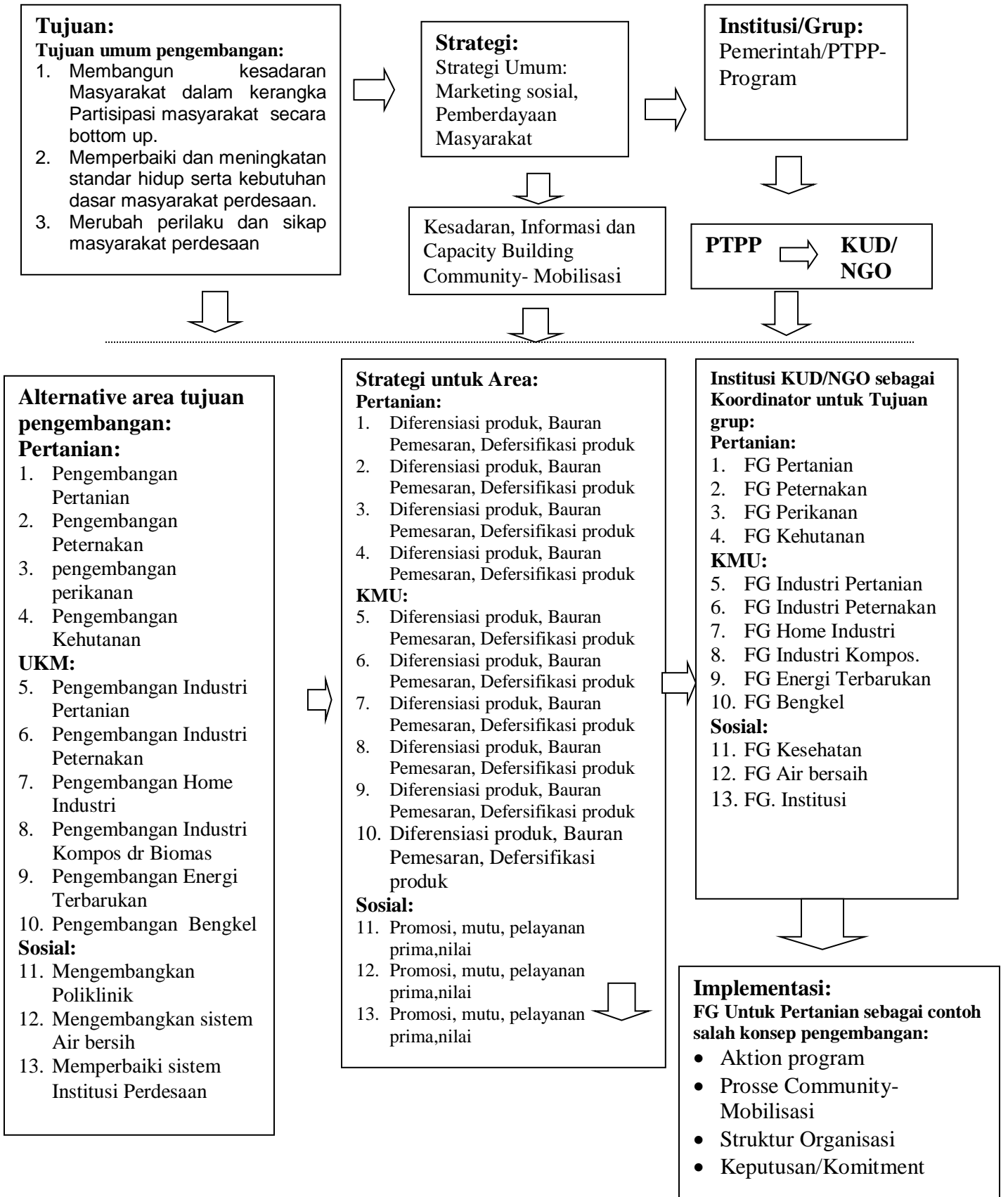
- a. Area Pertanian termasuk Peternakan, Perikanan, Kehutanan
- b. Area Industri Kecil dan Menengah
- c. Area Sosial

Setiap area tersebut diatas akan diformulasikan menjadi beberapa tujuan group/khusus, sedangkan untuk mengembangkan strategi tergantung dari Sumberdaya alam dan kebutuhan serta keinginan masyarakat perdesaan tersebut. dibawah ini adalah merupakan salah satu contoh konsep pengembangan pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan Community Organisation (CO) konsep marketing, dimana Area pertanian menjadi salah satu elemen penting untuk pemberdayaan masyarakat di perdesaan.

Pada umumnya Tujuan yang akan dicapai oleh Pengembangan dan pemberdayaan masyarakat adalah sama, sebagaimana diuraikan diatas, yang menjadi persoalan adalah bagaimana menguraikan tujuan umum tersebut diatas menjadi tujuan group yang khusus dan fokus, dan tentunya tiap perdesaan di Indonesia akan mempunyai tujuan khusus yang berbeda hal ini sangat penting sekali untuk menguraikan lebih terinci strategi apa yang harus digunakan berdasarkan tujuan yang sudah fokus tersebut. Untuk melaksanakan strategi yang sudah fokus maka harus di kembangkan suatu bentuk organisasi yang diakui dan berbadan hukum, ini merupakan payung yang strategis dalam mencapai tujuan pemberdayaan perdesaan tersebut.

Perlu diperhatikan bahwa pola pengembangan tujuan yang khusus dan fokus sangat penting untuk membuat hubungan straregi yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut, karena pada dasarnya, strategi adalah suatu langkah langkah yang realistis dalam mencapai tujuan group atau khusus, supaya dapat di Implementasikan dalam bentuk aksien program, strategi yang baik adalah strategi yang bisa diimplementasikan dalam bentuk kegiatan program yang realistik.

Gambar 1.1
Konsep pengembangan untuk perdesaan



Kesalahan yang sering dilaksanakan adalah tujuan yang diformulasikan adalah tujuan yang bersifat umum dan tidak fokus, sehingga strategi yang dibuatpun juga demikian adanya yakni strategi yang umum dan tidak fokus, akibatnya strategi tidak dapat diimplementasikan dalam bentuk program atau kegiatan, bahkan kadang kadang menyimpang jadi tujuan semula, inilah miss Link yang sering dilaksanakan oleh ahli kebijaksanaan kita.

Berdasarkan gambar 1.1. diatas,jika kita amati bersama ternyata konsep pengembangan perdesaan, tidak boleh sama sekali didekati oleh pendekatan sektorial,antara kegiatan satu dan yang lain saling terkait, inilah salah satu kunci mengapa pengembangan pertanian tidak pernah terpecahkan dengan baik, pengembangan pertanian di perdesaan adalah merupakan bagian terbesar persoalan penting, tentunya pengembangan perdesaan melalui pendekatan Pertanian pasti mempunyai efek multi demensial, maka pendekatan pengembangan pertanian harus di dekati dengan pendekatan metode multidisipliner, sebab dalam pengembangan pertanian di perdesaan ternyata Pertanian merupakan salah satu elemen penting, dan pengembangan pertanian di perdesaan ternyata mempunyai deferensiasi produk antara lain yaitu:

1. Produk pembuatan kompos alami
2. Produk Energi dari Biomas,
3. Produk Pakan Ternak/ Industri Pakan Ternak,
4. Produk Benih Peternakan
5. Identifikasi pola tanam
6. Penelitian struktur tanah,
7. Penelitian agroklima yang cocok,
8. proses produksi Pertanian,
9. Produk Pemasaran Pertanian dll.

dan untuk mencapai keberhasilan dalam pengembangan pertanian kita harus didukung beberapa tenaga ahli multi disiplin. Melihat kompleksitas situasi perdesaan ini, maka wajar jika pengembangan perdesaan dengan pemberdayaan Masyarakat, sangat penting jika melibatkan beberapa tenaga ahli, dari beberapa disiplin ilmu. Dilain pihak bila dilihat berdasarkan pembagian kegiatan jelas bahwa kegiatan Pengembangan Pertanian sangat erat sekali hubungannya dengan Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (KMU) di Perdesaan

selama ini yang dipikirkan adalah melihat pertanian dari sisi sektoral, jarang seseorang melihat dan mengaitkan pengembangan pertanian dengan derivatnya, bahwa ternyata dari pertanian muncul kegiatan produk baru yang sangat terkait antara produk satu dengan produk lainnya.

Pengembangan Peternakan di perdesaan juga mempunyai beberapa difensiasi produk dengan Fokus Kegiatan produk antara lain:

1. Produk Peternakan Susu
2. Produk Peternakan Sapi Potong
3. Produk Peternakan Ayam Telor
4. Produk Bibit Peternakan

5. Produk Peternakan Ayam Potong
6. Produk Industri Peternakan Modern
7. Produk Energi Kompos dari Peternakan
8. Produk Energi dari Kotoran Hewan
9. Litbang Peternakan
10. Produk Pemasaran Peternakan dll

Sedangkan Pengembangan Perikanan Laut atau darat di Perdesaan atau di pemukiman Nelayan bisa dideferensiasi Produk menjadi antara lain:

1. Produk Perikanan Ikan Air Tawar
2. Produk Perikanan Ikan laut
3. Produk Ikan Hias
4. Pengembangan sistem Raiser Ikan perdesaan
5. Produk Benih Ikan Tawar
6. Litbang Perikanan
7. Produk Pabrik Es
8. Produk Industri Perikanan
9. Pengembangan Industri Lelang
10. Produk Pemasaran Ikan dll

Pada sisi lain pada perdesaan yang sangat terkait dan dekat dengan Hutan, ternyata dari Pengembangan Kehutanan di Lingkungan Perdesaan dapat dideferensiasi Produk antara lain:

1. Produk Hutan Industri/Produktip
2. Produk Hutan energy (Lamtoro Gung, dll)
3. Produk Hutan Primer
4. Produk Hutan Secunder
5. Produk Hutan Tersier
6. Produk Pengelolaan Hutan
7. Produk Kayu Lapis
8. Produk Industri Gergaji
9. Produk Industri Mebel
10. Produk Pengembangan energi Biomas dll

Berdasarkan Hasil Deferensiasi Produk dari 4 macam Produk Pengembangan Pertanian, Peternakan, Perikanan, ternyata banyak Produk yang bisa dikembangkan dan direalisasi di Perdesaan, dilain pihak ternyata di Perdesaan dapat dikembangkan juga tenaga kerja yang produktif, sehingga kedepan cita-cita perdesaan menjadi sentral Industri dan hasil Produksi akan tercapai dengan baik, asalkan pola pemberdayaan Masyarakat menggunakan konsep Community Mobilisasi dengan pembentukan Community Organisation (CO) di perdesaan Secara Bottom up. Masyarakat terlibat aktif, mulai dari **inisiative, perencanaan, sistem management, implementasi, operasional, pemeliharaan, perbaikan , dan sistem keuangan berasal dari masyarakat perdesaan itu sendiri,.**

Pemerintah sebagai Fasilitator untuk mempengaruhi pembaharuan, perbaikan, inovator, sedangkan keterlibatan yang aktif harus diperankan secara langsung oleh Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM-NGO) dan atau Perguruan Tinggi. Khususnya pola pikir Perguruan Tinggi harus dirubah untuk mendukung pengembangan Perdesaan sebagai Sentral Produksi dan Industri yang inovative kedepan, meskipun ada oreintasi ke Bisnis namun dalam diri Perguruan Tinggi harus juga mementingkan sisi pengabdian masyarakat, khususnya di perdesaan. Pola Pendekatan Birokrasi harus mengarah ke pola efisiensi dan efektifitas kegiatan dan disesuaikan dengan bidang kegiatan yang dilaksanakan oleh Community Organisation (CO) di Perdesaan.

Dalam mendesain Perdesaan sebagai sentral Produksi dan Industri dibutuhkan **komitmen lembaga Eksekutif/Pemerintah, Legislative/DPR, Lembaga Yudikative/ Mahkamah Agung, Perbankan, Swasta, masyarakat, dalam mendukung Produk Politik yang berbasis Pertanian** misalnya dalam pemeberian subsidi, Peraturan, ataupun undang-undang di bidang Pertanian, pemotongan PPN, PPH, kemudahan Ekspert atau import, program-program yang mendukung pengembangan perdesaan, juga pola pengembangan rantai nilai Distribusi Marketing, ini semua dibutuhkan untuk mendukung Pengembangan perdesaan, semua ini dibutuhkan komitmen pemerintah.

IV AREA USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) DI PERDESAAN

Area UKM di Perdesaan tidak terlepas dari Sistem Pengembangan Pertanian, Perikanan, Peternakan dan Kehutanan di Perdesaan sebagaimana terlihat di gambar 1.1 dan merupakan bagian yang terintegrasi dan saling berhubungan, apa yang di kembangkan di UKM tidak terlepas dari keinginan dan kebutuhan yang terkait dari pola pengembangan area Agraria diatas, sebagai contoh dapat dilihat pada pola pengembangan UKM gambar 1.1 diatas.

Unsur Teknologi di Perdesaan akan masuk melalui area UKM ini, disinilah kegiatan Industri Perdesaan mulai di gerakkan baik itu melalui Industri skala kecil maupun Industri skala menengah, pola pengembangan Industri melalui UKM menggunakan konsep Marketing Strategi , dimana unsur lingkungan menjadi salah satu kunci fokus kegiatan industri di area UKM. Area UKM ini akan mempertinggi nilai tambah bagi masyarakat perdesaan.

Fungsi UKM di Perdesaan ini sangat Strategis, UKM di perdesaan mempunyai peran untuk menjadikan bahan mentah/ bahan baku menjadi bahan yang siap dikonsumsi menjadi bahan jadi yang siap dipasarkan, artinya disinilah peran Pemerintah dalam hal ini Departemen Pertanian untuk menyediakan teknologi yang berguna dan berdayaguna, dan memberikan pelatihan pelatihan untuk produksi yang memenuhi standar global.

Program Pemasaran mulai digali pada tahapan ini mulai dari konsep apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan, penciptaan nilai Pelanggan, Produk Kompetitive atau penawaran total, dan Fokus pada Produk yang bernilai.

Pemasaran akan mudah dikontrol, karena produk sangat dekat dengan pemasok, ada keterkaitan antara Pemasok (Petani di Perdesaan) dan Manufacture (UKM di Perdesaan)

V. AREA SOSIAL

Area Sosial merupakan kegiatan yang secara langsung berhubungan dengan tingkat kesadaran masyarakat dengan berkembangnya Perdesaan sebagai sentral Produksi dan Industri, kebutuhan tersebut meliputi Pengembangan Poliklinik untuk kesehatan, Pengembangan air bersih, Pengembangan Pengelolaan sampah, Pengembangan Institusi (Organisasi, Peribadatan, club, dll.)

Poliklinik (Puskesmas) merupakan kebutuhan sosial yang sangat penting bagi masyarakat di Perdesaan, Pusat Kesehatan Masyarakat ini butuh bantuan dari Pemerintah, meskipun community Organisation (CO) dapat dibentuk oleh masyarakat Perdesaan, disini mulai dikkritisi pentingnya kesehatan dan hidup secara sehat serta berperilaku sehat disinilah pentingnya dibentuk CO Kesehatan.

CO Keagamaan penting dimunculkan dalam kehidupan masyarakat perdesaan, disini perlu dan pentingnya kehidupan saling toleransi diantara umat beragama, CO Agama ini merupakan bagian Sosial yang amat penting untuk dibentuk CO untuk menghindarkan Ekstrimis di Perdesaan.

CO Olah raga, adalah sisi lain dari kehidupan sosial masyarakat Perdesaan yang juga harus dipenuhi, dari Olah raga inilah akan muncul Alit muda yang berbakat, beberapa CO Olah raga dapat dikembangkan mulai dari bola Voli, Sepakbola, Bulu Tangkis dll.

Pada Area Sosial banyak dibentuk CO kemasyarakatan baik itu dalam kehidupan berpolitik (CO Partai) ataupun untuk program keluarga berencana

VI. KONSEP MERKETING UNTUK PERDESAAN MODERN

Pengembangan perdesaan modern dengan konsep Marketing, ini memang didesain dengan memanfaatkan sistem Pemasaran yang strategis, dan yang perlu diketahui oleh Pelaku Program ini adalah Produk dan industri di Perdesaan dikonsumsi mengarah ke Produk Global dan di Implementasikan pada tindakan lokal, artinya kaidah sistem Marketing dalam Produk dan Industri di Perdesaan harus memenuhi 3 unsur penting dalam pemasaran:

1. Nilai artinya bahwa produk Industri Pertanian yang dihasilkan oleh Perdesaan harus memberikan nilai lebih pada Pelanggan, misal kualitas, Standar Global, pola pemrosesan, packing, pola pendekatan ramah lingkungan diproses secara alamiah misal menggunakan produk kompos alamiah, mempunyai Struktur kimia alamiah yang dapat dipertanggung jawabkan.

2. Kompetitive atau Diferensiasi atau penawaran total artinya bahwa produk dan hasil Industri Pertanian yang ditawarkan harus merupakan Penawaran Total melalui Instrumen Bauran Pemasaran (Harga, Produk, Distribusi, Promosi plus Riset), disini jelas bahwa pengembangan perdesaan harus di dukung penuh oleh Komitmen Politik dari Pemerintah baik itu Departemen Pertanian atau yang lain.
3. Fokus artinya Produk dan hasil Industri Pertanian, Peternakan atau Perikanan harus bernilai dan Kompetitive. Tiap perdesaan/Kabupaten mempunyai fokus produk yang berbeda dengan cita rasa yang berbeda pula, dan inilah yang dinamakan keunggulan kompetitive

Berdasarkan Tabel 1.1 jelas bahwa Pengembangan Produk Pertanian, Peternakan dan perikanan di perdesaan harus di desain lebih lanjut dalam bentuk Strategi yang cocok, yakni:

1. Strategi Diferensiasi Produk atau Fokus
2. Strategi Bauran Pemasaran plus Riset
3. Strategi Diversifikasi Produk
4. Strategi yang lainnya

Strategi ini pada tiap Perdesaan/Kabupaten akan berbeda dan harus dianalisa lebih lanjut, dan perlu diketahui bahwa tiap tiap strategi mempunyai elemen strategi, hal ini akan menjadi penting untuk bisa diimplementasikan dalam bentuk program atau kegiatan. **Konsep pengembangan perdesaan modern dengan konsep Marketing harus berorientasi ke Program bukan pada Proyek**, banyak kegagalan kegiatan yang berorientasi ke Proyek, tidak hanya di Indonesia, namun di negara lain mengalami demikian.

VII. IMPLEMENTASI

Setiap Kegiatan dari FG diperdesaan misal Pertanian, harus bisa di Implementasikan secara riil dan terukur dengan pendekatan Multidisipliner, dalam Implementasi meliputi antara lain:

- Aksi program
- Prose Community-Mobilisasi
- Struktur Organisasi
- Keputusan/Komitment

Aksi Program harus terukur dan bisa dilaksanakan secara nyata. Oleh FG di perdesaan, dengan dilandasi Profesionalisme.

peran Departemen Pemerintah dengan jajaran nya lebih bersifat Inovator dan Fasilitator dalam mendukung Perdesaan sebagai pusat Produksi dan Industri, dengan menyediakan tenaga ahli dari Multidisipliner, dalam mewujudkan Perdesaan Modern.

Peran LSM dan Perguruan Tinggi dalam pengembangan perdesaan sebagai Sentral Produksi dan Industri harus mampu bekerja secara Bottom Up (dengan

CO dan FG) dan Top Down (bekerjasama dengan Departemen Pertanian), dimana tugas dan wewenang LSM dan Perguruan Tinggi dapat didefinisikan lebih lanjut.

Tugas LSM sebagai pendamping di Perdesaan tidaklah mudah, karena LSM harus tahu adat dan istiadat setempat, terutama tugas LSM dan Tenaga ahli lainnya dalam merubah pola pikir untuk berperilaku dan bersikap serta menerima pengaruh dari luar, terkait dengan Teknologi atau yang lainnya, sebagai pendamping LSM, Tenaga Ahli ataupun Perguruan Tinggi, harus tinggal dan berinteraksi dengan penduduk setempat, mulai dari **inisiatif, perencanaan, sistem management, implementasi, operasional, pemeliharaan, perbaikan , dan sistem keuangan yang dikembangkan bersama –sama CO atau FG di Perdesaan**

Tingkat Persoalan yang ada di Perdesaan pada umumnya dipinggirkan, padahal kita harus sadar bahwa tingkat keberhasilan itu dimulai dari yang kecil, untuk mencapai keberhasilan Indonesia, harus dibangun dari level tingkat lokal, yakni perdesaan itu sendiri, melihat kompleksitas perdesaan, maka pendekatan yang digunakan adalah Multidisipliner pada Fokus unggulan yang berbeda untuk perdesaan berbeda.

VIII. PENUTUP

Pengembangan Perdesaan Modern dengan menjadi desa sebagai sentral produksi dan industri adalah bukan impian, hal ini akan berhasil apabila ada komitmen politik dari Pemerintah, DPR, Lembaga Keuangan, LSM, Privatsektor, Perguruan Tinggi dan lain lainnya, yang lebih penting dengan pendekatan multi disipliner serta konsep Marketing dan melalui pemberdayaan masyarakat, pengembangan perdesaan Modern akan dapat diwujudkan.

Banyak keuntungan yang diperoleh yakni mulai meningkatkan pendapatan Masyarakat perdesaan, mengurangi Urbanisasi, menciptakan pekerjaan di perdesaan dan yang lebih penting mensejahterakan masyarakat yang adil dan berkelanjutan.

REFERENSI

1. Bustanul Arifin, Dr, Analisis Ekonomi Pertanian Indonesia, Kompas, Jakarta, 2004
2. Didik Notosudjono, Ländliche Entwicklung Durch Erneuerbare Energie-Energiepotentiale, Entwicklungs- Und Marketingkonzepte In Indonesien
3. Didik Notosudjono, Ir Msc. P.hD. Produk Indonesia dalam Persaingan global, Dosen Pasca Sarjana STIE Jagakarsa Jakarta, 2002
4. Didik Notosudjono, Ir Msc. P.hD, Pemasaran Global dan Pengaruhnya terhadap Pemasaran Produk Indonesia, Dosen Pasca Sarjana STIE Jagakarsa Jakarta, 2003

5. Didik Notosudjono, Ir. Msc. P.hD, Market Potensial Sistem Desentralisasi Tenaga Listrik dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah di Indonesia, Dosen Fakultas Teknik, Universitas Pakuan, Bogor, 2001
6. F. Kleinsteuber, Dr, Strategi Manajemen Pemasaran, PT Damar Mulia Pusata, Jakarta, 2002
7. Kotler Philip ; Trias de bes Fernando,Lateral Marketing,Penerbit Erlangga, Jakarta, 2004.
8. Martin Khor, Globalisasi perangkap negara-negara selatan, Cindelas pusataka rakyat cerdas, Jakarta,2001
9. Monle Lee ; Carla Johnson, Prinsip-prinsip Periklanan dalam Perspektif Global, Prenada, Jakarta, 2004
10. Susato,AB dkk, Value Marketing, Quantum, Jakarta,2004
11. Gilpin, Robert, Gilpin, Jean Millis, Tantangan Kapitalisme Global, PT Prjagrafindo Persada,Jakarta, 2002.
12. Hitt, Michael A; Ireland, R Duane; Hoskisson, Robert E, Manajemen Strategis, Penerbit Salemba Jakarta, 2002