



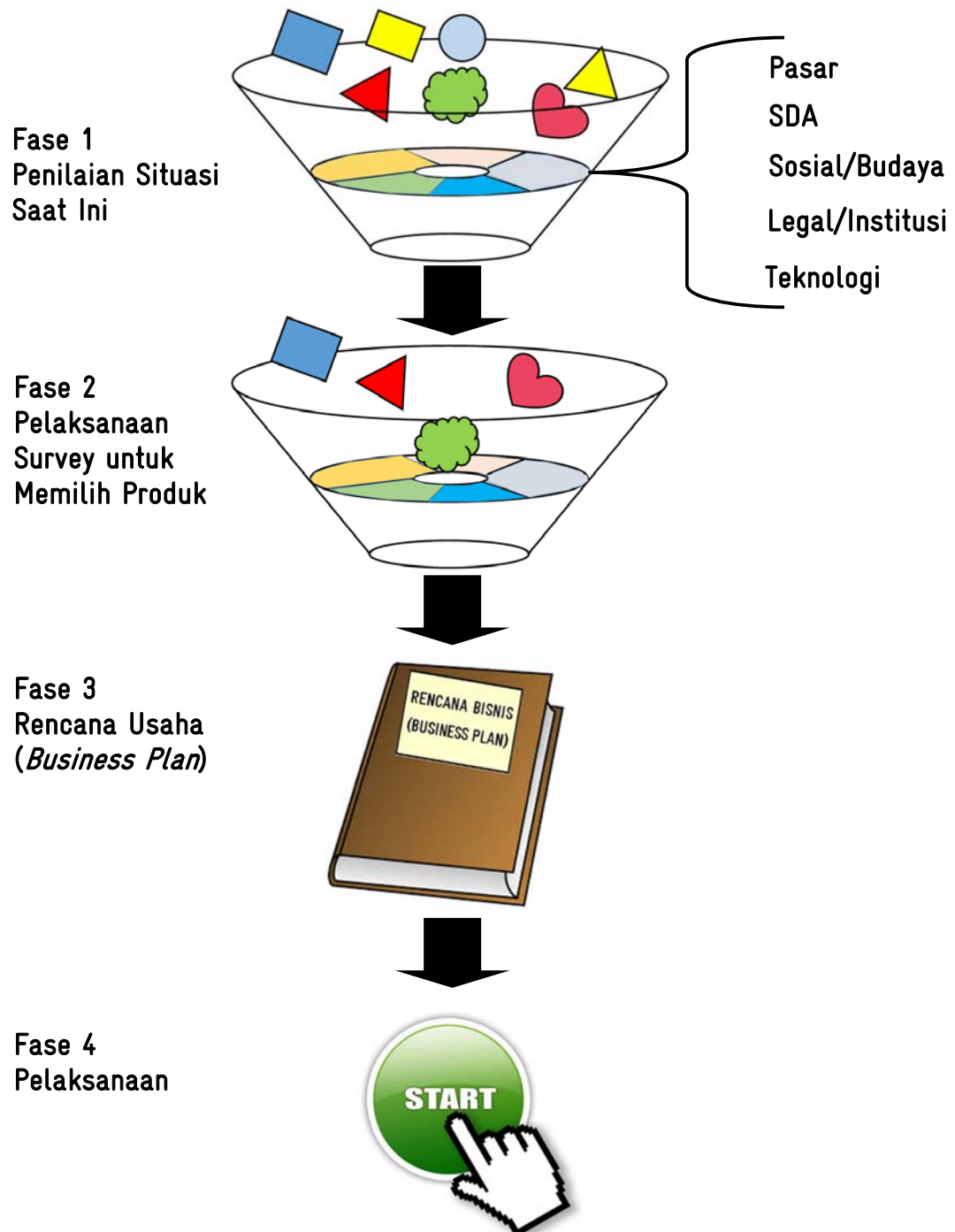
Panduan Pelatihan untuk Fasilitator
Analisis dan Pengembangan Pasar
(*Market Analysis and Development*)

**Pendahuluan:
Pengenalan Pengembangan & Analisis Pasar
(Market Analysis & Development)**

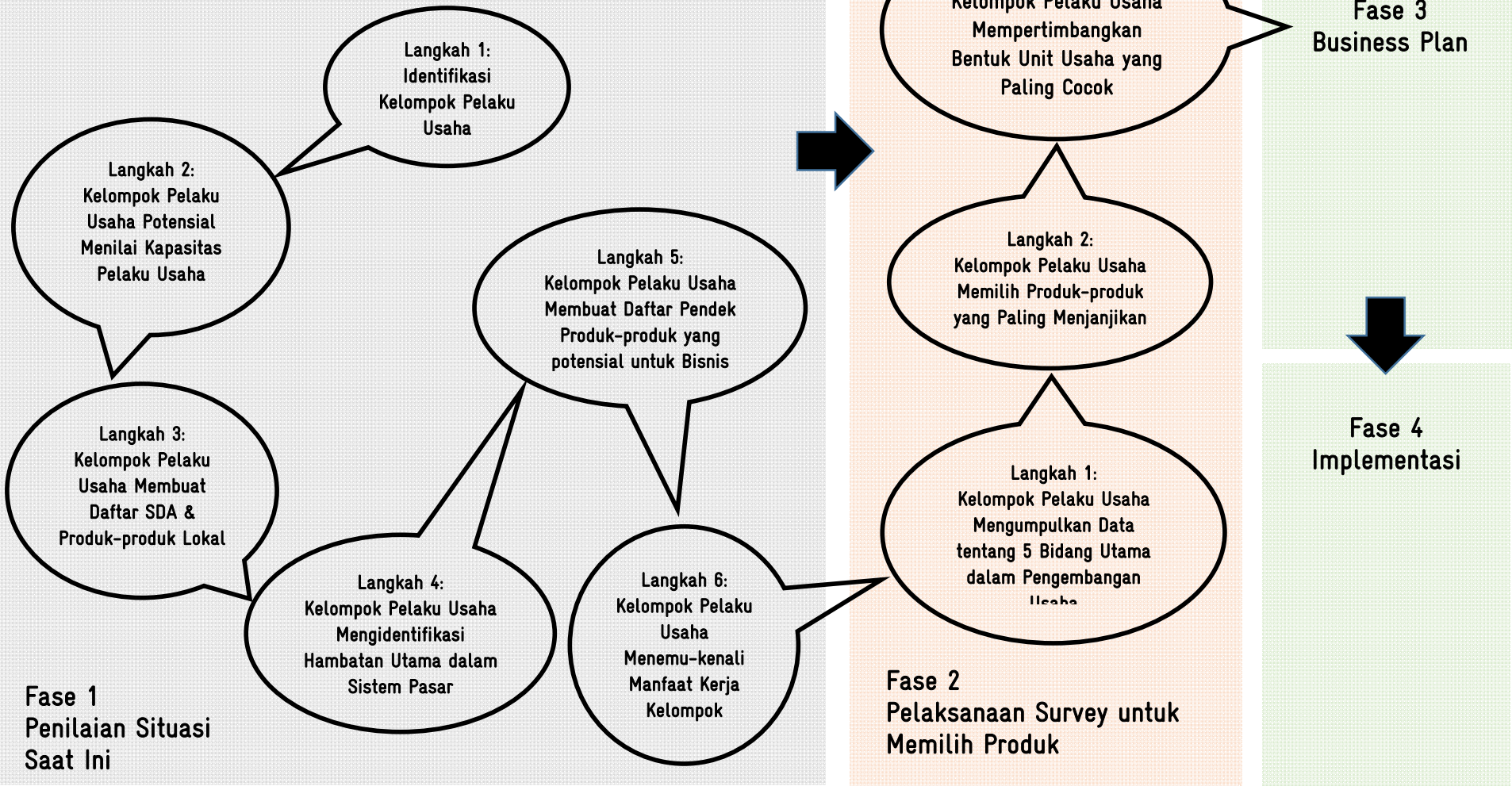
Perbedaan Karakteristik Pendekatan Penghidupan Masyarakat Tradisional dengan Pengembangan Usaha

Pendekatan Penghidupan Masyarakat Tradisional	Pendekatan Pengembangan Usaha
<ul style="list-style-type: none"> • Kelompok pelaku usaha mendapatkan bantuan/ pendampingan, bahkan tanpa diminta 	<ul style="list-style-type: none"> • Kelompok pelaku usaha meminta bantuan/ pendampingan yang mereka butuhkan
<ul style="list-style-type: none"> • Pelaku usaha tidak memiliki kendali seutuhnya terhadap bantuan yang mereka butuhkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelaku usaha tahu dan dapat mengendalikan elemen-elemen unit usaha mereka
<ul style="list-style-type: none"> • Bantuan peralatan teknis atau dana diberikan tanpa menentukan terlebih dahulu apakah ada pasar untuk produk yang akan dikembangkan atau tidak 	<ul style="list-style-type: none"> • Pasar terlebih dahulu dicek sebelum pelaku usaha menginvestasikan modal dan tenaga mereka dalam membangun unit usaha
<ul style="list-style-type: none"> • Hibah/bantuan diberikan tanpa syarat 	<ul style="list-style-type: none"> • Hibah/bantuan tidak diberikan secara sistematis. Pelaku usaha lebih memilih penyedia hibah/bantuan yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi mereka (mis. pinjaman lunak)
<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan berhenti pada saat dukungan proyek selesai 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelaku usaha membutuhkan keterampilan dan pengetahuan untuk melanjutkan usaha secara lestari setelah proyek selesai
<ul style="list-style-type: none"> • Pelaku usaha belajar hal-hal teknis yang spesifik dan tidak relevan dengan area sekitar lainnya 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelaku usaha dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang baru terhadap aspek ekonomi lainnya setelah proyek selesai
<ul style="list-style-type: none"> • Kelompok masyarakat harus dibentuk agar bisa mendapatkan hibah/bantuan atau dukungan teknis lainnya selama proyek 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak harus selalu membentuk kelompok masyarakat karena pelaku usaha akan memutuskan apakah mereka akan berkelompok atau tidak, tergantung menguntungkan atau tidak
<ul style="list-style-type: none"> • Pelaku usaha memutuskan sebuah kegiatan tanpa menganalisa potensinya lebih dalam dan tanpa membandingkannya dengan pilihan lain 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelaku usaha menganalisa kelemahan dan kekuatan dari produk-produk yang potensial
<ul style="list-style-type: none"> • Pelaku usaha tidak menyiapkan rencana usaha secara detail 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelaku usaha menyusun rencana usaha (Business Plan) secara detail sebagai acuan dan juga sebagai proposal pada saat mengajukan bantuan/dukungan
<ul style="list-style-type: none"> • Kebanyakan rencana usahanya tidak mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan 	<ul style="list-style-type: none"> • Rencana usaha mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan yang terkait dengan unit usaha mereka

Penyaringan Produk



Peta Proses Pengembangan dan Analisis Pasar



Fase 1:
Penilaian Situasi Saat Ini

Fase 1. Penilaian Situasi Saat Ini

Langkah-langkah yang dilakukan pada Fase 1

- Langkah 1. Melakukan identifikasi pelaku usaha
- Langkah 2. Pelaku usaha menilai kapasitas mereka untuk menjadi pelaku usaha
- Langkah 3. Pelaku usaha menyusun daftar sumber daya alam dan produk-produk lokal
- Langkah 4. Pelaku usaha mengidentifikasi hambatan utama dalam sistem pasar
- Langkah 5. Pelaku usaha menyusun daftar pendek (*shortlist*) produk potensial untuk bisnis
- Langkah 6. Pelaku usaha menyadari tentang manfaat kerja kelompok

Keluaran (*Output*) Fase 1

- Pelaku usaha bersedia untuk mengeksplorasi pengembangan usaha
- Daftar pendek dari sumber daya dan produk potensial akan dievaluasi pada Tahap 2
- Kelompok pelaku usaha telah memperoleh pemahaman terhadap lima bidang pengembangan usaha yang meliputi data dasar untuk analisa sistem pasar

Fase 1. Langkah 1: Melakukan Identifikasi Pelaku Usaha

Ciri-ciri Pelaku Usaha

- Memiliki inisiatif dan berani ambil resiko
- Melihat dan mengambil kesempatan
- Belajar dari pengalaman masa lalu
- Mencari informasi
- Memperhatikan kualitas kerja
- Mematuhi kontrak usaha
- Efisien
- Gigih
- Perencana yang sistematis
- Pemecah masalah
- Percaya diri
- Persuasif
- Tahu cara mempengaruhi orang

Catatan penting:

Fasilitator tidak menentukan siapa yang akan menjadi pelaku usaha, tetapi masyarakat sendiri lah yang memutuskan apakah mereka akan menjadi pelaku usaha atau tidak.

Fase 1. Langkah 1: Identifikasi Pelaku Usaha

Checklist kondisi kelompok yang akan menjadi pelaku usaha yang potensial

Fasilitator harus mengecek terlebih dahulu apakah kelompok pelaku usaha telah memenuhi kondisi di bawah ini:

Hal yang harus dicek	Ya	Tidak
Semua pelaku usaha mempunyai dan menyatakan kebutuhan untuk meningkatkan pendapatan mereka		
Semua pelaku usaha setuju bahwa penambahan penghasilan merupakan tujuan dari kegiatan usaha		
Kelompok usaha secara legal diperbolehkan membuat profit dari sumber daya alam		
Kelompok usaha memiliki anggota yang cukup dengan keterampilan dan sikap pelaku usaha yang memadai		
Kelompok usaha terstruktur dan terorganisasi untuk mengefisienkan pengelolaan usaha serta profitnya		
Kelompok usaha berkeinginan dan mampu untuk mengubah peraturan kelompoknya dalam hal mengintegrasikan pengembangan usaha dengan kehidupan masyarakat dari hutan		

Jika sebuah proyek tidak memerlukan bentuk kelompok usaha, tetapi memperbolehkan anggota kelompok melakukan usaha secara individu, maka fasilitator harus mengecek hal-hal berikut:

Hal yang harus dicek	Ya	Tidak
Individu atau beberapa anggota kelompok usaha mempunyai dan menyatakan kebutuhan untuk meningkatkan pendapatan mereka		
Individu atau beberapa anggota kelompok usaha yang menyatakan ketertarikannya untuk mengembangkan usaha memiliki keterampilan dan sikap pelaku usaha yang memadai		
Individu atau beberapa anggota kelompok usaha dapat terdaftar secara legal dan memperbolehkan mereka membuat profit		
Kelompok usaha sepakat bahwa Individu atau beberapa anggota kelompok usaha dapat menggunakan sumber daya alam dari wilayah hutan kelompok; dengan catatan ada pembagian hasil yang telah disepakati sebelumnya		

Fase 1. Langkah 2: Pelaku Usaha Menilai Kapasitas Mereka untuk Menjadi

Pelaku Usaha

Fasilitator harus dapat memfasilitasi para pelaku usaha untuk menilai kapasitas mereka sebagai pelaku usaha. Pelaku usaha diminta untuk menyampaikan kenapa mereka ingin memulai usaha, menilai waktu luang mereka dalam melakukan usaha, pengalaman usaha di masa lalu, keterampilan dalam produksi dan pengolahan produk, keterampilan dalam berjualan, serta kapasitas mereka dalam investasi.

Beberapa hal tersebut dapat difasilitasi dengan menanyakan beberapa pertanyaan seperti di bawah ini:

1. Alasan kenapa memulai usaha?
2. Apa yang akan dilakukan terhadap penghasilan tambahan dari usaha yang baru?
3. Hambatan apa saja yang terkait dengan tenaga dan waktu dalam melakukan usaha?
4. Tantangan apa saja yang mungkin muncul pada waktu (musim) tertentu dalam melakukan usaha?

Catatan penting:

Fasilitator dapat membuat pertanyaan lainnya yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi masyarakat setempat, selama pertanyaan tersebut membantu para pelaku usaha untuk menilai kapasitas mereka untuk menjadi pelaku usaha.

Fase 1. Langkah 3: Pelaku Usaha Menyusun Daftar Sumber Daya Alam dan Produk-Produk Lokal

Contoh tabel penyusunan sumber daya alam dan produk-produk lokal yang dapat diusahakan

Sumber Daya Alam	Produk Lokal
Kopi	Biji Kopi Kering Kopi Bubuk Kopi Luwak Liar
Bambu	Topi Caping Keranjang
Lebah	Madu Hutan Madu Budidaya
Karet	Getah Karet
Kayu	Kayu Gelondongan Kayu Gergajian
Air	Air Kemasan
Sungai	Wisata Arung Jeram

Catatan penting:

1. Sebelum fasilitator memfasilitasi pengisian tabel di atas, harus dijelaskan terlebih dahulu kepada para pelaku usaha perbedaan antara sumber daya alam dan produk.
2. Sumber daya alam bisa dikategorikan hasil hutan kayu (HHK), hasil hutan bukan kayu (HHBK), dan jasa lingkungan.
3. Produk adalah bahan mentah atau bahan setengah jadi yang telah diolah dari sumber daya yang ada. Produk tersebut bisa merupakan produk yang pernah diusahakan di masa lalu, masa sekarang atau pun produk yang belum pernah sama sekali diusahakan oleh masyarakat.
4. Daftar produk-produk yang dihasilkan pada langkah ini akan diseleksi lebih lanjut pada Langkah 5.

Fase 1. Langkah 4: Pelaku Usaha Mengidentifikasi Hambatan Utama dalam Sistem Pasar

Fasilitator memfasilitasi para pelaku usaha untuk mengidentifikasi hambatan utama dalam sistem pasar yang dapat dikategorikan dalam 5 (lima) kriteria sebagai berikut:

Kriteria	Indikator
Pasar	Permintaan Pasar Kuantitas Produk Kualitas Produk Akses Permodalan Biaya Produksi
Sumber Daya Alam	Kelimpahan dan Distribusi (Persebaran) Dampak terhadap Ekologi Budidaya dan Pemeliharaan
Sosial Budaya	Kepercayaan/Budaya Konflik Sosial Gender
Legal/Institusi	Kebijakan Panen Kebijakan Pengolahan Kebijakan Pengangkutan/Transportasi Kebijakan Perdagangan
Teknologi	Sumber Daya Manusia (Keahlian) Infrastruktur (Jalan, Sungai, dll) Komunikasi (Internet, Sinyal, dll)

Catatan penting:

Sebelum masuk Langkah 5, sebaiknya fasilitator memfasilitasi para pelaku usaha untuk latihan mengidentifikasi hambatan utama dalam sistem pasar terhadap satu contoh produk.

Fase 1. Langkah 5: Pelaku Usaha Menyusun Daftar Pendek (*Shortlist*) Produk Potensial untuk Bisnis

Pada langkah ini, fasilitator memfasilitasi para pelaku usaha untuk melakukan penyaringan/penyeleksian produk-produk yang telah didaftar pada Langkah 3. Berikut adalah contoh tabel yang dapat digunakan untuk memfasilitasi langkah 5 ini:

Produk	Pasar	SDA	Sosial/Budaya	Legal/Institusi	Teknologi	Potensial
Kopi	V <ul style="list-style-type: none"> ▪ Permintaan Pasar ▪ Kuantitas Produk ▪ Kualitas Produk ▪ Akses Modal ▪ Biaya Produksi 	V <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kelimpahan dan Distribusi (Persebaran) ▪ Dampak Ekologi ▪ Budidaya dan Pemeliharaan 	V <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepercayaan/ Budaya ▪ Konflik Sosial ▪ Gender 	V Kebijakan: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Panen ▪ Pengolahan ▪ Pengangkutan/ Transportasi ▪ Perdagangan 	V <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sumber Daya Manusia (Keahlian) ▪ Infrastruktur ▪ Komunikasi 	V
Kayu Meranti (Hutan Lindung)	V <ul style="list-style-type: none"> ▪ Permintaan Pasar ▪ Kuantitas Produk ▪ Kualitas Produk ▪ Akses Modal ▪ Biaya Produksi 	V <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kelimpahan dan Distribusi (Persebaran) ▪ Dampak Ekologi ▪ Budidaya dan Pemeliharaan 	V <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepercayaan/ Budaya ▪ Konflik Sosial ▪ Gender 	X Kebijakan: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Panen ▪ Pengolahan ▪ Pengangkutan/ Transportasi ▪ Perdagangan 	X <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sumber Daya Manusia (Keahlian) ▪ Infrastruktur ▪ Komunikasi 	X

Catatan penting:

Daftar pendek (*short list*) yang merupakan hasil penyaringan/penyeleksian pada langkah 5 ini akan disurvei dan diseleksi lebih mendalam pada Fase 2.

Fase 1. Langkah 6: Pelaku Usaha Menyadari tentang Manfaat Kerja Kelompok

Pada langkah ini, fasilitator memfasilitasi para pelaku usaha untuk merefleksikan kembali tentang manfaat kerja kelompok dan dihubungkan dengan usaha yang akan mereka lakukan. Langkah ini dapat dilakukan dengan permainan berkelompok dan kemudian direfleksikan keuntungan dan kerugian melakukan usaha secara kelompok:

Melakukan usaha secara berkelompok	
Keuntungan	Kerugian
Lebih efektif dalam hal pelaksanaan pelatihan dan berbagi informasi	Tidak efektif dalam hal pelaksanaan pelatihan dan berbagi informasi
Adanya negosiasi yang lebih kuat terkait penawaran harga terhadap pasar/konsumen	Negosiasi harga terhadap pasar/konsumen lemah
Dapat menetapkan harga bersama	Hanya dapat menentukan harga secara individu
Dapat menghemat waktu karena adanya pembagian tugas di antara anggota kelompok	Waktu yang dibutuhkan lebih lama karena semua tugas dibebankan kepada individu saja
Dapat melakukan negosiasi lebih baik dengan pemasok bahan baku dan mengurangi biaya produksi	Dapat melakukan negosiasi lebih baik dengan pemasok bahan baku dan mengurangi biaya produksi
Skala produksi besar	Skala produksi kecil
Harga jual dan harga beli lebih baik	Harga jual dan harga beli tidak lebih baik

Catatan penting:

Jika para pelaku usaha sudah terbiasa bekerja dalam kelompok di masa lalu, maka perlu ditegaskan kembali bahwa di dalam kelompok unit usaha harus ada keterbukaan, transparansi dan pembagian profit yang adil sesuai perannya masing-masing.

**Fase 2:
Pelaksanaan Survey untuk
Memilih Produk**

Fase 2. Pelaksanaan Survey untuk Memilih Produk

Langkah-langkah yang dilakukan pada Fase 2

Langkah 1. Pelaku usaha mengumpulkan data mengenai lima bidang utama dalam pengembangan usaha

Langkah 2. Pelaku usaha memilih produk-produk yang paling menjanjikan

Langkah 3. Pelaku usaha memilih bentuk unit usaha yang paling cocok

Keluaran (*Output*) Fase 2

- Penyeleksian akhir untuk produk-produk yang paling menjanjikan
- Pengumpulan data yang diperlukan untuk merancang Rencana Usaha (*Business Plan*)
- Pelaku usaha mengetahui bentuk unit usaha yang paling cocok
- Pembentukan kelompok sesuai dengan produk yang terpilih dan menarik bagi pelaku usaha.

Fase 2: Review Hasil Fase 1

Hasil fase 1	Nama lokasi:	Nama lokasi:	Nama lokasi:
Produk-produk terpilih pada fase 1			
Hal yang perlu penggalan lebih dalam di fase 2			
Pelaku usaha potensial yang akan melanjutkan ke fase 2			

Fase 2. Pelaku Langsung dan Pelaku Tidak Langsung

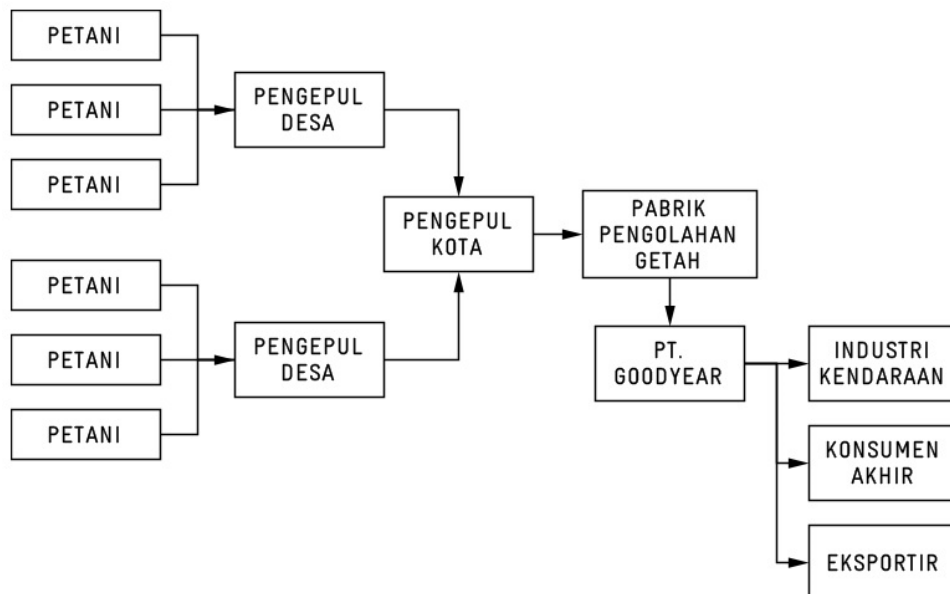
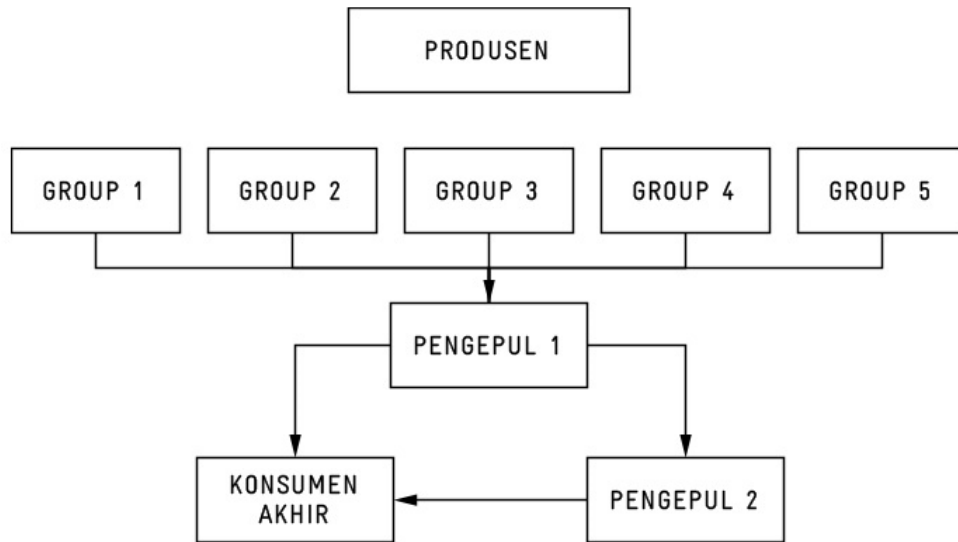
Pelaku Langsung	Pelaku tidak langsung yang mempengaruhi perpindahan produk mulai dari panen/design hingga ke konsumen akhir				
	Pasar	SDA	Legalitas/Institusi	Sosial/Budaya	Teknologi
Petani (panen) ↓ Pengepul desa ↓ Pengepul kabupaten ↓ Transporter ↓ Produsen ↓ Transporter ↓ Distributor provinsi ↓ Pedagang pengecer ↓ Konsumen					

Fase 2. Sumber informasi

Kriteria	Informasi apa yang dibutuhkan?	Informan		
		Lokal (Masyarakat, Kabupaten, Provinsi)	Nasional	Internasional
Pasar, termasuk aspek finansial	<ul style="list-style-type: none"> • Pasokan bahan baku • Potensi pasar • Kompetisi (mencari pasar khusus) • Hambatan dalam memulai usaha (akses terhadap pasar, biaya/modal tinggi, dll) • Keuntungan 			
Sumber daya alam	<ul style="list-style-type: none"> • Musim panen • Panen (waktu yang dibutuhkan untuk mencari dan memanen) • Dampak produk terhadap lingkungan • Khusus untuk produk pertanian <ul style="list-style-type: none"> - Waktu dari masa tanam ke masa panen • Khusus untuk produk kehutanan <ul style="list-style-type: none"> - Regenerasi - Dampak dari memanen 			
Sosial/Budaya	<ul style="list-style-type: none"> • Manfaat tidak langsung terhadap masyarakat • Kontribusi terhadap pendapatan 			

Kriteria	Informasi apa yang dibutuhkan?	Informan		
		Lokal (Masyarakat, Kabupaten, Provinsi)	Nasional	Internasional
	<ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman dengan produk • Potensi menciptakan lapangan kerja • Dampak gender 			
Legalitas	<ul style="list-style-type: none"> • Kebijakan • Dukungan kelembagaan 			
Teknologi	<ul style="list-style-type: none"> • Cocok untuk pelaku usaha pedesaan • Lokasi untuk mengolah produk (jarak dari rumah) • Teknologi untuk mengolah produk (kerumitan) • Infrastruktur • Sumber daya manusia, keterampilan dan keahlian • Jumlah pekerja 			

Fase 2. Contoh Peta Rantai Pasar



Fase 2. Tabel data pasar (1 tabel per produk)

Informan*	Harga beli (unit)	Harga jual (unit)	Kuantitas/jumlah yang diperdagangkan	Biaya transportasi	Biaya pengemasan	Gudang/biaya sewa	Pajak	Keuntungan	Keterangan
Produsen a									
Produsen b									
Produsen c									
Rata-rata									
Pedagang 1a									
Pedagang 1b									
Pedagang 1c									
Rata-rata									
Pedagang 2a									
Pedagang 2b									
Pedagang 2c									
Rata-rata									
Konsumen a									
Konsumen b									
Rata-rata									

**Catatan: Masukkan semua informan yang memberikan informasi dalam survey local sampai survey nasional, seperti produsen, pedagang/pengepul, pabrik, pedagang eceran, eksportir, konsumen, dll*

Jumlah baris dalam table dapat ditambah/dikurangi sesuai dengan jumlah informan; kolom dapat ditambah jika ada biaya produksi lainnya

Fase 2. Kalender Produksi dan Penjualan

Tinggi	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Cukup Tinggi	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Cukup Rendah	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Rendah	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des

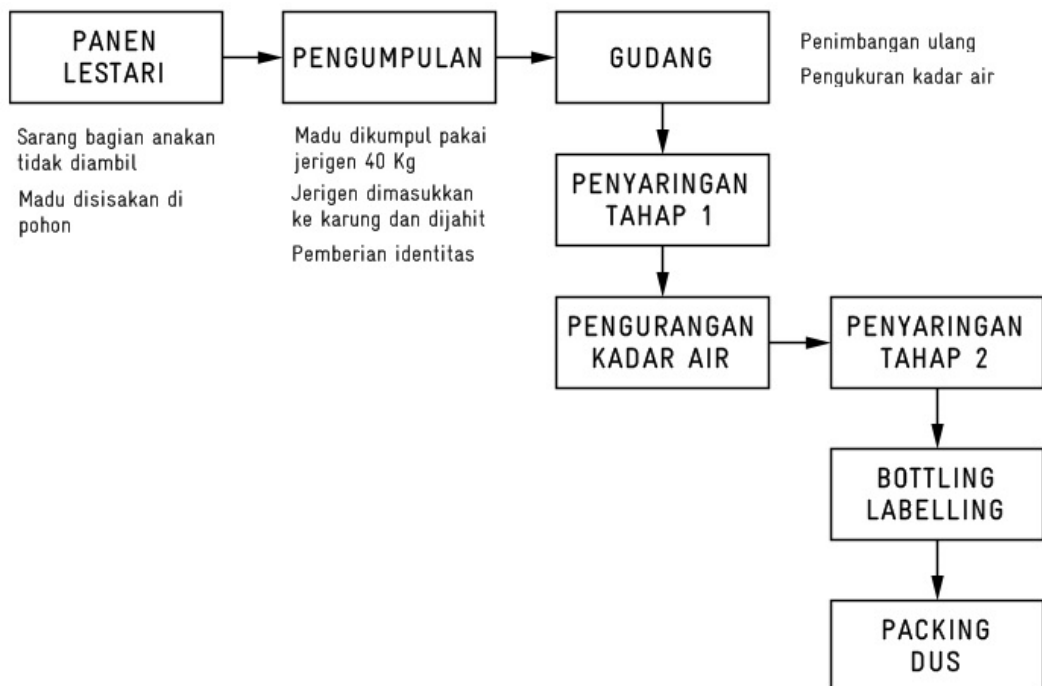
Catatan: Pastikan untuk menyertakan titik-titik baik untuk tingkat penjualan maupun tingkat produksi tiap bulan (bulanan)

Tingkat ketersediaan (rendah, cukup rendah, cukup tinggi dan tinggi) tertera pada sisi kanan tabel.

Ada dua garis pada tabel tersebut, satu untuk data produksi dan satu untuk data penjualan; yang akan diisi dengan data tingkat produksi dan tingkat penjualan berdasarkan bulan dan tahun berjalan.

Fase 2. Contoh Proses Produksi

Proses Produksi Madu Hutan



Fase 2. Rencana Survey

Kegiatan	Pelaku survey	Waktu	Tempat	Metode

Catatan penting:

Rencana survey ini dibuat bersama pelaku usaha dan pelaku usaha sendiri yang menentukan pembagian peran dalam survey yang akan dilakukan.

Fase 2. Langkah 2: Pelaku Usaha Memilih Produk yang Paling Menjanjikan

Tabel Penilaian Produk

Tanggal :

Desa:

Fasilitator:

Kec:

Produk:

Kab:

	Pasar	SDA	Sosial/Budaya	Legal/Institusi	Teknologi
Peluang					
Hambatan					
Solusi yang memungkinkan					

Catatan penting:

Pada langkah ini, fasilitator memfasilitasi para pelaku usaha untuk menilai produk-produk yang telah disurvei secara kualitatif. Satu tabel hanya digunakan untuk satu produk; jika ada 3 (tiga) produk potensial dari hasil Fase1 maka tabel yang digunakan juga ada 3 (tiga).

Fase 2. Panduan Pemberian Skor

Kriteria	Skala	Skor
Pasar/Ekonomi		
Pasokan bahan baku	Banyak	4
	Sedang	3
	Terbatas	2
	Sangat terbatas	1
Potensi pasar	Luas	4
	Sedang	3
	Terbatas	2
	Sangat terbatas	1
Kompetisi (mencari pasar khusus)	Rendah	4
	Sedang	3
	Tinggi	2
	Sangat tinggi	1
Hambatan dalam memulai usaha (akses ke pasar, modal tinggi, dll)	Rendah	4
	Sedang	3
	Tinggi	2
	Sangat tinggi	1
Keuntungan	Tinggi	4
	Sedang	3
	Rendah	2
	Sangat rendah	1
Akses terhadap investasi modal (pinjaman/kredit, investor, dll)	Tinggi	4
	Sedang	3
	Rendah	2
	Sangat rendah	1

Sumber Daya Alam		
Panen	Sepanjang tahun	4
	Sering (tapi tidak sepanjang tahun)	3
	Jarang/musiman	2
	Sangat jarang	1
Persebaran (mempengaruhi waktu yang dibutuhkan untuk menenem dan memanen)	Tersebar luas	4
	Sedang	3
	Jarang	2
	Sangat jarang	1
Khusus untuk produk pertanian - Waktu dari masa tanam ke masa panen	Singkat	4
	Sedang	3
	Panjang	2
	Sangat panjang	1
Khusus untuk produk kehutanan - Regenerasi (regenerasi alami/budidaya)	Tinggi	4
	Sedang	3
	Rendah	2
	Sangat rendah	1
Khusus untuk produk kehutanan - Dampak dari memanen untuk keberlangsungan spesies	Rendah	4
	Sedang	3
	Berbahaya	2
	Sangat berbahaya	1
Dampak positif produk terhadap lingkungan	Tinggi	4
	Sedang	3
	Rendah	2
	Sangat rendah	1

Sosial/Budaya		
Manfaat tidak langsung terhadap masyarakat	Positif	4
	Sedang	3
	Negatif	2
	Sangat negatif	1
Pengalaman dengan produk	Tinggi	4
	Sedang	3
	Rendah	2
	Sangat rendah	1
Potensi menciptakan lapangan kerja	Tinggi	4
	Sedang	3
	Rendah	2
	Sangat rendah	1
Dampak gender	Hanya perempuan	4
	Perempuan dan laki-laki	3
	Sedikit laki-laki	2
	Hanya laki-laki	1

Legalitas/institusi		
Kebijakan (ijin, lisensi, kuota,dll)	Tinggi	4
	Sedang	3
	Rendah	2
	Sangat rendah	1
Biaya terkait legalitas (pajak, royalti, dll)	Sangat rendah	4
	Sedang	3
	Tinggi	2
	Sangat tinggi	1
Dukungan dari institusi lokal/nasional	Tinggi	4
	Sedang	3
	Rendah	2
	Sangat rendah	1

Teknologi		
Coook untuk pelaku usaha pedesaan: Lokasi produksi	Rumah	4
	Desa	3
	Kabupaten	2
	Provinsi/lainnya	1
Coook untuk pelaku usaha pedesaan: teknologi produksi/keahlian	Mudah	4
	Sedang	3
	Rumit	2
	Sangat rumit	1
Jumlah pekerja	Tinggi	4
	Sedang	3
	Rendah	2
	Sangat rendah	1
SDM: keterampilan, keahlian	Tinggi	4
	Sedang	3
	Rendah	2
	Sangat rendah	1
Infrastruktur tersedia	Tinggi	4
	Sedang	3
	Rendah	2
	Sangat rendah	1

Fase 2. Langkah 2: Pelaku Usaha Memilih Produk yang Paling Menjanjikan
Tabel Perbandingan Pemberian Skor (*Scoring*) Produk

Kriteria	Produk A	Produk B	Produk C
PASAR			
-			
-			
-			
Sub Total			
SUMBER DAYA ALAM			
-			
-			
-			
Sub Total			
SOSIAL/BUDAYA			
-			
-			
-			
Sub Total			
LEGAL/INSTITUSI			
-			
-			
-			
Sub Total			
TEKNOLOGI			
-			
-			
-			
Sub Total			
Total			

Catatan penting:

Pada langkah ini, fasilitator memfasilitasi para pelaku usaha untuk membandingkan pemberian skor pada produk-produk yang telah disurvei secara kuantitatif. Setelah diperoleh produk yang memiliki total skor paling tinggi, kemudian dilihat kembali Tabel Penilaian Produk (kualitatif) apakah produk tersebut yang paling menjanjikan untuk diusahakan atau tidak.

Fase 3:
Rencana Bisnis (*Business Plan*)

Fase 4:
Pelaksanaan Bisnis (*Action*)

Published by:



Kantor Terdaftar
Bonn dan Eshborn, Jerman

BIOCLIME
Biodiversity and Climate Change

Kantor Jakarta:
GIZ ICCTF/GE LAMA I
Gedung Wisma Bakrie II. 5th Floor Ruang ICCTF
Jl. HR Rasuna Said Kavling B-2
Jakarta Selatan 12920
Tel.: +62-21-9796 7614
Fax.: +62-21-5794 5739

Kantor Palembang :
Jl. Jend. Sudirman No. 2837
KM. 3,5 Palembang
Tel.: +62-711-353176
Fax.: +62-711-353176

Penulis: Mohammad Sidiq, Lissa and Depi Susilawati

Photo credits: Bioclime, Mohammad Sidiq, 2015

I www.bioclime.org
E bioclime@giz.de
FB Bioclime