

LAPORAN AKHIR

Kajian Produk Unggulan Daerah yang Lestari, Ekonomis dan Inklusif Guna Peningkatan Daya Saing Daerah

KABUPATEN SINTANG

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga Laporan Akhir Kajian Produk Unggulan Daerah (PUD) Kabupaten Sintang ini dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai bagian dari upaya mendukung peningkatan daya saing daerah melalui identifikasi, analisis, dan perumusan strategi pengembangan produk-produk unggulan yang memiliki potensi strategis bagi perekonomian lokal maupun regional.

Kajian ini berfokus pada tiga Produk Unggulan Daerah, yaitu **Albuneo (Albumin Ikan Gabus), Serbuk Rangki, dan Bisco (Biskuit Stunting).** Ketiganya dipilih karena memiliki nilai strategis baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun keberlanjutan. Melalui analisis berbasis kerangka **VRIO Framework** dan **Diamond Porter**, laporan ini berupaya memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi daya saing masing-masing produk, ekosistem riset dan inovasi yang mendukungnya, serta rekomendasi kebijakan yang diperlukan agar produk-produk tersebut dapat berkembang dari tahap potensial dan andalan menuju unggulan.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Pemerintah Kabupaten Sintang, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA), pelaku UMKM, akademisi, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, data, dan masukan berharga dalam proses penyusunan laporan ini. Tanpa dukungan berbagai pihak, kajian ini tentu tidak dapat terselesaikan dengan baik.

Akhirnya, besar harapan kami agar laporan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi pemerintah daerah, dunia usaha, maupun masyarakat dalam mendorong pengembangan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Sintang yang berdaya saing, inklusif, dan berkelanjutan. Semoga kajian ini juga dapat menjadi rujukan bagi perumusan kebijakan daerah yang lebih adaptif dan strategis di masa mendatang.

Pontianak, 29 Oktober 2025

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **i**
DAFTAR ISI ..... **ii**
DAFTAR TABEL ..... **iv**
DAFTAR GAMBAR ..... **vii**
DAFTAR DIAGRAM ..... **viii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 6
1.3 Rumusan Masalah 7
1.4 Maksud dan Tujuan 8
1.5 Sasaran Penelitian 9
1.6 Manfaat Penelitian 9
1.7 Sistematika Penulisan 10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI **13**
2.1 Konsep Produk Unggulan Daerah Dan Daya Saing Daerah 13
2.2 Kerangka Regulasi dan Kebijakan Terkait 27
2.3 Studi Terdahulu yang Relevan 29
2.4 Kerangka Teori 31
2.5 Kerangka Pemikiran 33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN **35**
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian 35
3.2 Lokasi dan Waktu Kajian 36
3.3 Sumber Data 37
3.4 Teknik Pengumpulan Data 38
3.5 Teknik Analisis Data 40
3.6 Validitas Data 43

BAB IV GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN 45
4.1 Kondisi Geografis dan Administratif..... 45
4.2 Demografi dan Sosial Kependudukan 48
4.3 Kondisi Ekonomi Daerah 53
4.4 Infrastruktur dan Konektivitas..... 55
4.5 Kebijakan Pembangunan dan Dukungan Pemerintah Daerah 69
4.6 Potensi dan Profil Produk Unggulan Kecamatan Sintang 73
BAB V ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PUD 83
5.1 Pendekatan Analisis..... 83
5.2 Analisis PUD: ALBUNEO (Albumin Ikan Gabus)..... 91
5.3 Analisis PUD: Bubuk Rangkie 115
5.4 Analisis PUD: BISCO (Biskuit Stunting)..... 136
5.5 Komparasi Dan Integrasi Strategi Terhadap PUD..... 158
5.6 Keterkaitan Strategi PUD Terhadap Pilar IDSD 164
BAB VI SINTESIS STRATEGI DAN ARAH PENGEMBANGAN PUD 170
6.1 Kesimpulan Analisis Produk Unggulan Daerah 170
6.2 Kondisi Ekosistem Riset Dan InovasI PUD 182
6.3 Analisis Kesenjangan (Gap Analysis) 189
6.4 Rencana Aksi Strategis 194
6.5 Implikasi Kebijakan (Rekomendasi) 200
BAB VII PENUTUP 204
7.1 Kesimpulan 204
7.2 Saran 205
DAFTAR PUSTAKA 206

DAFTAR TABEL

2.1 Pemetaan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Sintang 24
4.1 Pembagian Desa/Kelurahan di Kecamatan Sintang 47
4.2 Jumlah Penduduk Kecamatan Sintang Tahun 2024 49
4.3 Kepadatan Penduduk Kecamatan Sintang Tahun 2024 50
4.4 Infrastruktur Jalan di Kecamatan Sintang 55
4.5 Prasarana dan Sarana Transportasi di Kecamatan Sintang Tahun 2021 58
4.6 Data Pengguna Listrik Menurut Desa/Kelurahan 60
4.7 Jaringan Telekomunikasi di Kecamatan Sintang Tahun 2021 62
4.8 Akses Komunikasi Telepon Seluler dan Internet 64
4.9 Akses Pasar Menurut Desa/Kelurahan 65
4.10 Data Kantor Pos, Pos Keliling, dan Perusahaan/Agen Jasa Ekspedisi 67
4.11 Data Sebaran Wilayah Produksi dan Pengelola PUD 79
5.1 Ringkasan Hubungan VRIO & Posisi Bersaing 84
5.2 Operasionalisasi VRIO PUD Albumin 85
5.3 Operasionalisasi VRIO PUD Bubuk Rangki 86
5.4 Operasionalisasi VRIO PUD Bisco (Biskuit Stunting) 86
5.5 Operasionalisasi Diamond Model Porter PUD Albumin 89
5.6 Operasionalisasi Diamond Model Porter PUD Bubuk Rangkie 89
5.7 Operasionalisasi Diamond Model Porter PUD Bisco 91
5.8 Analisis *Value* Albuneo (Albumin Ikan Gabus) 93
5.9 Analisis *Rarity* Albuneo 96
5.10 Analisis *Imitability* Albuneo 98
5.11 Analisis *Organization* Albuneo 100
5.12 Ringkasan *Factor Conditions* Albuneo 103
5.13 Ringkasan *Demand Conditions* Albuneo 106
5.14 Ringkas *Related and Supporting Industries* Albuneo 108

5.15 Ringkasan *Firm Strategy, Structure, and Rivalry* Albuneo 111
5.16 Ringkasan Potensi Ekonomi, Sosial, dan Keberlanjutan Albuneo 114
5.17 Analisis *Value* – Serbuk Rangkie 117
5.18 Analisis *Rarity* – Serbuk Rangkie 119
5.19 Analisis *Imitability* – Serbuk Rangkie 121
5.20 Analisis *Organization* – Serbuk Rangkie 123
5.21 Ringkasan *Factor Conditions* – Serbuk Rangkie 126
5.22 Ringkasan *Demand Conditions* – Serbuk Rangkie 128
5.23 Ringkasan *Related and Supporting Industries* – Serbuk Rangkie 131
5.24 Ringkasan *Firm Strategy, Structure, and Rivalry* – Serbuk Rangkie 133
5.25 Ringkasan Potensi Ekonomi, Sosial, dan Keberlanjutan Serbuk Rangkie 135
5.26 Analisis *Value* Bisco (VRIO) 137
5.27 Analisis *Rarity* (Kelangkaan) Bisco 139
5.28 Analisis *Imitability* Bisco 142
5.29 Analisis *Organization* Bisco 144
5.30 Ringkasan *Factor Conditions* – Bisco 147
5.31 Ringkasan *Demand Conditions* – Bisco 149
5.32 Ringkasan *Related and Supporting Industries* – Bisco 152
5.33 Ringkasan – *Firm Strategy, Structure, and Rivalry* Bisco 155
5.34 Ringkasan – Potensi Ekonomi, Sosial, dan Keberlanjutan Bisco 157
5.35 Komparasi Strategi Antar Produk PUD Sintang 160
5.36 Integrasi Strategi Lintas Produk PUD Sintang 161
5.37 Potensi Klasterisasi Produk PUD Sintang 162
5.38 Keterkaitan Strategi PUD terhadap Pilar Ekonomi 165
5.39 Keterkaitan Strategi PUD terhadap Pilar Sosial 167
5.40 Keterkaitan Strategi PUD terhadap Pilar Infrastruktur & Pemerintahan 169
6.1 Kesimpulan Analisis VRIO – Albumin (Albuneo) 171
6.2 Kesimpulan Diamond Porter – Albumin (Albuneo) 172
6.3 Kesimpulan Analisis VRIO – Serbuk Rangkie 174

6.4 Kesimpulan Analisis Diamond Porter – Serbuk Rangkie 176
6.5 Kesimpulan Analisis VRIO – Bisco 178
6.6 Kesimpulan Analisis Diamond Porter – Bisco 180
6.7 Klasifikasi PUD Sintang Berdasarkan Tahapan Daya Saing 182
6.8 Kondisi Ekosistem Riset dan Inovasi – Albuneo 184
6.9 Kondisi Ekosistem Riset dan Inovasi – Serbuk Rangki 186
6.10 Kondisi Ekosistem Riset dan Inovasi – Bisco 188
6.11 Analisis Kesenjangan Albuneo 190
6.12 Analisis Kesenjangan Serbuk Rangkie 192
6.13 Analisis Kesenjangan Bisco 194
6.14 Rencana Aksi Strategis PUD Kabupaten Sintang 198
6.15 Implikasi Kebijakan (Rekomendasi) PUD Kabupaten Sintang 202

DAFTAR GAMBAR

4.1 Peta Kecamatan Sintang.....46

DAFTAR DIAGRAM

3.1 *Framework* Analisis 34

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Peningkatan daya saing daerah merupakan salah satu indikator utama dalam mengukur keberhasilan pembangunan di tingkat kabupaten/kota. Saat ini, capaian Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) Kabupaten Sintang masih tergolong rendah bila dibandingkan dengan beberapa kabupaten lain di Kalimantan Barat. Hal ini menunjukkan bahwa Kabupaten Sintang menghadapi tantangan dalam mengelola potensi lokalnya menjadi kekuatan ekonomi yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat secara luas.

Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) adalah alat ukur resmi yang dikembangkan oleh Kementerian Dalam Negeri, bersama Lembaga Administrasi Negara (LAN) dan Kementerian PPN/Bappenas, untuk menilai kemampuan suatu daerah dalam menciptakan nilai tambah melalui pengelolaan sumber daya lokal secara produktif dan berkelanjutan. Dasar hukum penyusunan IDSD merujuk pada amanat dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, RPJMN 2020–2024, serta kebijakan teknis seperti Permendagri No. 59 Tahun 2021 tentang Penerapan Standar Pelayanan Minimal dan Instruksi Presiden No. 7 Tahun 2019 tentang Percepatan Kemudahan Berusaha. Penilaian IDSD didasarkan pada empat pilar utama, yaitu;

1. Pilar Ekonomi: Mengukur kekuatan ekonomi daerah melalui PDRB, produktivitas, pertumbuhan sektor unggulan, dan investasi.
2. Pilar Sosial: Menilai kualitas hidup masyarakat dari sisi pendidikan, kesehatan, dan pengurangan kemiskinan.
3. Pilar Infrastruktur: Meliputi akses terhadap jalan, listrik, air bersih, dan jaringan internet.
4. Pilar Pemerintahan: Menilai aspek tata kelola, transparansi, efisiensi layanan publik, dan kemudahan berusaha.

Selain terdiri dari empat pilar utama, penilaian Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) juga dijabarkan secara lebih rinci ke dalam 10 sub-pilar dan 55 indikator teknis, yang mencerminkan kompleksitas dan kedalaman analisis terhadap kapasitas daya saing daerah. Sub-pilar tersebut antara lain mencakup aspek stabilitas ekonomi, efisiensi pasar tenaga kerja, kesiapan teknologi, kapasitas inovasi, pembangunan manusia, ketahanan sosial, infrastruktur dasar, infrastruktur digital, tata kelola pemerintahan, dan kualitas pelayanan publik. Setiap sub-pilar memiliki bobot tersendiri dan dinilai berdasarkan indikator-indikator yang terukur, seperti jumlah UMKM aktif, tingkat partisipasi angkatan kerja, rasio jalan mantap, hingga indeks kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik. Pendekatan ini memungkinkan pemerintah daerah untuk mengidentifikasi titik lemah dan kekuatan spesifik dalam struktur daya saingnya, serta merumuskan strategi pembangunan yang lebih presisi dan berdampak langsung terhadap peningkatan kinerja daerah secara berkelanjutan.

Salah satu pendekatan strategis untuk memperkuat capaian pilar-pilar IDSD adalah melalui pengembangan Produk Unggulan Daerah (PUD) yang telah ditetapkan secara resmi oleh Pemerintah Kabupaten Sintang. Penetapan ini dituangkan dalam Keputusan Bupati Sintang Nomor 000.7/1727/BAPPEDA/2024 tentang Penetapan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Sintang. Dalam SK tersebut, PUD yang ditetapkan antara lain mencakup komoditas strategis seperti lada, karet, kopi, tenun ikat Dayak, olahan hasil hutan bukan kayu (HHBK), dan produk wisata alam.

Penetapan ini menjadi pijakan penting bagi pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan, karena mengedepankan potensi lokal yang tidak hanya bernilai ekonomis tinggi, tetapi juga mencerminkan identitas kultural dan ekologis Sintang sebagai Kabupaten Lestari. Dengan demikian, pengembangan PUD tidak semata-mata berorientasi pada pasar, melainkan juga pada keberlanjutan sumber daya dan pelibatan masyarakat secara inklusif. Namun dalam penelitian ini, peneliti fokus Dari total 25 produk unggulan yang ditetapkan dalam SK tersebut, kajian ini secara fokus memilih tiga produk utama, yaitu:

1. Albumin Ikan Gabus, sebagai produk berbasis kearifan lokal dengan potensi ekonomi dan kesehatan;
2. Bubuk Rangki, sebagai produk olahan lokal khas berbasis komoditas rempah;
3. Biskuit Stunting (Bisco), sebagai produk inovatif untuk intervensi gizi berbasis pangan lokal.

Pemilihan tiga PUD ini didasarkan pada kombinasi pertimbangan: nilai tambah ekonomi, relevansi sosial (terutama isu kesehatan masyarakat dan gizi buruk), serta potensi keberlanjutan sebagai produk khas Kabupaten Sintang. Pendekatan ini selaras dengan visi Sintang Lestari dalam kerangka Lingkar Temu Kabupaten Lestari (LTKL) yang menekankan pembangunan yang lestari, inklusif, dan berbasis potensi desa.

Kabupaten Sintang merupakan anggota aktif dari Lingkar Temu Kabupaten Lestari (LTKL), yaitu sebuah forum kolaborasi antar daerah yang berkomitmen untuk menerapkan prinsip pembangunan berkelanjutan di tingkat kabupaten. LTKL dibentuk pada tahun 2017 sebagai inisiatif dari sejumlah kabupaten di Indonesia yang memiliki tujuan serupa: menjaga kelestarian lingkungan sekaligus mendorong kesejahteraan masyarakat melalui pengelolaan sumber daya alam yang adil, partisipatif, dan berjangka panjang. Keanggotaan Kabupaten Sintang dalam LTKL menandakan komitmen kuat untuk menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup dalam perencanaan dan pelaksanaan pembangunan. Sebagai bagian dari jejaring ini, Sintang mengembangkan visi pembangunan yang dikenal dengan istilah "Sintang Lestari", yang menekankan pada penguatan tata kelola bentang alam (landscape governance), perlindungan wilayah adat dan kearifan lokal, serta transformasi ekonomi berbasis potensi desa secara inklusif dan rendah emisi.

Dalam konteks tersebut, pengembangan Produk Unggulan Daerah (PUD) menjadi salah satu strategi nyata untuk mengimplementasikan komitmen tersebut. Tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan daya saing daerah melalui pertumbuhan ekonomi, PUD juga diarahkan agar selaras dengan prinsip-prinsip lestari, inklusif, dan berkelanjutan sebagaimana digariskan dalam visi "Sintang Lestari" dan dalam kerangka kerja LTKL. Artinya Kabupaten Sintang telah menempatkan keberlanjutan

lingkungan dan keadilan sosial sebagai prinsip utama dalam setiap kebijakan pembangunan. Inisiatif Sintang Lestari yang telah dirumuskan dalam dokumen resmi pembangunan daerah, tidak hanya menjadi identitas pembangunan hijau, tetapi juga menjadi kerangka normatif dalam pemilihan dan pengembangan produk unggulan daerah. Atas dasar tersebut, pengembangan Produk Unggulan Daerah (PUD) tidak dapat dilepaskan dari prinsip-prinsip kelestarian lingkungan, inklusivitas ekonomi, dan pelibatan masyarakat adat dan lokal. Pendekatan ini penting untuk memastikan bahwa pertumbuhan ekonomi berbasis komoditas lokal tidak merusak daya dukung lingkungan dan tetap menjaga keberlanjutan jangka panjang Sintang sebagai kabupaten yang berwawasan ekologis.

Oleh karena itu, dibutuhkan kajian komprehensif yang tidak hanya memetakan produk unggulan yang sudah dikenal, tetapi juga menggali potensi tersembunyi di berbagai wilayah kecamatan di Kabupaten Sintang. Kajian ini juga menjadi dasar untuk memperkuat penyusunan regulasi, perencanaan program prioritas, dan kebijakan fiskal daerah yang diarahkan untuk mempercepat peningkatan daya saing daerah. Regulasi yang mendukung pengembangan produk unggulan daerah antara lain adalah Permendagri No. 86 Tahun 2017, UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, dan sejumlah kebijakan sektoral yang perlu disinergikan dengan fokus pembangunan ekonomi lokal. Pengembangan produk unggulan daerah memiliki keterkaitan yang kuat dan multidimensi terhadap pilar-pilar IDSD sebagai berikut:

1. Pilar Ekonomi: Produk unggulan mendorong PDRB, nilai tambah, dan penciptaan lapangan kerja.
2. Pilar Sosial: Produk berbasis budaya meningkatkan pendapatan rumah tangga dan kohesi sosial.
3. Pilar Infrastruktur: Kawasan pengembangan produk memicu pembangunan akses jalan, listrik, internet.
4. Pilar Pemerintahan: Meningkatkan kebutuhan akan tata kelola yang mendukung UMKM dan layanan publik yang efisien.

Meskipun pengembangan produk unggulan daerah berpotensi memberikan kontribusi terhadap seluruh pilar Indeks Daya Saing Daerah (IDSD), riset ini secara khusus akan difokuskan pada Pilar Ekonomi dan Pilar Sosial, sebagai dua pilar yang dampaknya paling langsung dan terukur dalam konteks pengembangan ekonomi masyarakat berbasis lokal. Pilar Infrastruktur dan Pilar Pemerintahan tetap diperhitungkan sebagai faktor pendukung (enabling environment) yang penting dalam menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan produk unggulan. Fokus riset ini mengacu pada Surat Keputusan Bupati Sintang tentang Penetapan Produk Unggulan Daerah (PUD), yang mencakup komoditas strategis seperti lada, karet, tenun ikat Dayak, hasil hutan bukan kayu (HHBK), dan potensi wisata alam. Di sisi lain, arah riset ini juga tidak terlepas dari komitmen Kabupaten Sintang sebagai anggota aktif Lingkar Temu Kabupaten Lestari (LTKL), yang mendorong pembangunan daerah secara berkelanjutan dan inklusif. Dalam kerangka visi "Sintang Lestari", pengembangan PUD tidak hanya diarahkan untuk meningkatkan daya saing daerah, tetapi juga menjadi instrumen transformasi ekonomi yang tetap menjaga keseimbangan antara keberlanjutan lingkungan, peningkatan kesejahteraan, dan pelestarian budaya lokal.

Sebagai tindak lanjut dari permasalahan dan peluang yang telah diidentifikasi, kajian ini secara khusus akan difokuskan pada analisis terhadap Produk Unggulan Daerah (PUD) yang telah ditetapkan melalui Surat Keputusan Bupati Sintang. Tujuannya adalah menyusun strategi pengembangan yang tidak hanya meningkatkan daya saing daerah secara terukur, tetapi juga konsisten dengan komitmen Sintang sebagai Kabupaten Lestari. Prinsip keberlanjutan, inklusivitas, dan ekonomi hijau akan menjadi landasan utama dalam menilai dan merancang penguatan PUD yang lestari. Pendekatan kajian menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif melalui pemetaan potensi berbasis data spasial dan ekonomi, penggalian informasi primer dan sekunder, serta validasi melalui forum diskusi kelompok terfokus (FGD) bersama para pemangku kepentingan utama, termasuk pemerintah daerah, pelaku usaha, komunitas lokal, dan akademisi.

Secara teoritis, kajian ini menggunakan kombinasi kerangka VRIO Framework untuk menilai keunggulan kompetitif masing-masing produk unggulan, Diamond Model Porter untuk menganalisis faktor-faktor eksternal dan internal yang memengaruhi daya saing, serta Importance-Performance Analysis (IPA) untuk memetakan prioritas pengembangan produk berdasarkan persepsi kepentingan dan kinerja. Ketiga pendekatan ini akan disinergikan guna menghasilkan analisis yang komprehensif sebagai masukan strategis bagi Pemerintah Kabupaten Sintang dalam merumuskan arah pengembangan Produk Unggulan Daerah. Tujuan akhirnya adalah memastikan bahwa pengembangan PUD tidak hanya relevan secara ekonomi dan sosial, tetapi juga berkontribusi langsung terhadap peningkatan Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) Sintang, sesuai dengan visi keberlanjutan dalam kerangka Sintang Lestari.

1.2. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang, terdapat sejumlah permasalahan utama yang menjadi alasan perlunya dilaksanakan kajian ini, yaitu:

1. **Produk Unggulan Daerah Belum Memberikan Kontribusi Optimal terhadap Daya Saing**. Meskipun sudah ditetapkan dalam SK Bupati, pengembangan Produk Unggulan Daerah (PUD) belum sepenuhnya terintegrasi dalam kebijakan pembangunan lintas sektor, dan belum semua produk menunjukkan kontribusi signifikan terhadap peningkatan PDRB, penciptaan lapangan kerja, atau kesejahteraan masyarakat.
2. **Belum Tersedianya Peta Strategis PUD Berbasis Pilar-Pilar IDSD**. Hingga kini belum terdapat matriks analisis kontribusi PUD terhadap masing-masing pilar IDSD (ekonomi, sosial, infrastruktur, dan pemerintahan), yang seharusnya menjadi dasar bagi perumusan strategi pengembangan ekonomi daerah secara terukur.
3. **Keterbatasan Informasi dan Basis Data untuk Menilai Potensi serta Rantai Nilai PUD**. Banyak potensi lokal di Sintang yang belum terdokumentasi secara

sistematis, termasuk dari sisi rantai nilai, peluang hilirisasi, serta aspek pemasaran dan konektivitas spasialnya.

4. **Belum Terintegrasinya Prinsip Sintang Lestari dalam Strategi Pengembangan PUD**. Meskipun Sintang telah memiliki komitmen sebagai Kabupaten Lestari melalui keanggotaan LTKL, belum semua pendekatan pembangunan ekonomi, khususnya pengembangan PUD, secara eksplisit memasukkan prinsip keberlanjutan, inklusivitas, dan keadilan ekologi dalam desain dan implementasinya.
5. **Keterbatasan Koordinasi Lintas OPD dan Pelaku Lokal**. Upaya pengembangan PUD masih terfragmentasi antar perangkat daerah dan belum didukung oleh sinergi kelembagaan serta pelibatan aktif pelaku lokal (UMKM, kelompok tani, pengrajin, dan komunitas adat).

1.3. RUMUSAN MASALAH

Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PUD) telah menjadi salah satu strategi utama Pemerintah Kabupaten Sintang dalam memperkuat ekonomi lokal yang berbasis potensi sumber daya dan kearifan lokal. Dengan telah ditetapkannya PUD melalui Surat Keputusan Bupati Sintang, langkah ini menandai komitmen serius untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, inklusif, dan selaras dengan visi Sintang Lestari.

Namun demikian, hingga saat ini masih diperlukan kajian mendalam untuk menjawab sejauh mana pengembangan PUD benar-benar berkontribusi terhadap peningkatan daya saing daerah secara terukur dan berbasis data. Kajian ini juga menjadi penting untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, serta tantangan yang dihadapi PUD Sintang dalam konteks pembangunan daerah yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan, pemberdayaan masyarakat, dan transformasi ekonomi hijau. Untuk itu, perlu dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian yang dapat menjawab secara sistematis persoalan yang ada.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah "*Bagaimana strategi pengembangan Produk Unggulan Daerah (PUD) yang telah ditetapkan melalui SK Bupati Sintang dapat mendukung peningkatan Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) secara lestari, ekonomis, dan inklusif*?".

1.4. MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN

1.4.1. Maksud

Kajian ini dimaksudkan untuk menyusun analisis strategis terhadap pengembangan Produk Unggulan Daerah (PUD) Kabupaten Sintang yang telah ditetapkan melalui Surat Keputusan Bupati, dengan pendekatan yang memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan, nilai ekonomi, dan inklusivitas. Kajian ini bertujuan memastikan bahwa arah pengembangan PUD tetap sejalan dengan komitmen Kabupaten Sintang sebagai bagian dari Lingkar Temu Kabupaten Lestari (LTKL) dan mampu memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) secara terukur dan kontekstual

1.4.2. Tujuan

Penelitian "Kajian Produk Unggulan Daerah Yang Lestari, Ekonomis Dan Inklusif Guna Peningkatan Daya Saing Daerah" memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis kondisi eksisting dari Produk Unggulan Daerah (PUD) yang telah ditetapkan dalam SK Bupati Sintang.
2. Mengevaluasi kesesuaian arah pengembangan PUD dengan prinsip pembangunan berkelanjutan dalam kerangka Sintang Lestari.
3. Menganalisis keterkaitan PUD dengan pilar-pilar IDSD, khususnya Pilar Ekonomi dan Sosial, serta faktor pendukung seperti Infrastruktur dan Tata Kelola.
4. Memberikan masukan berbasis bukti bagi Pemerintah Kabupaten Sintang dalam menyusun strategi pembangunan daerah yang berpihak pada potensi lokal, inklusif, dan lestari.

5. Mendukung penyusunan Rencana Induk dan Peta Jalan Inovasi Daerah (RID & PIID) melalui pemetaan potensi unggulan yang dapat dikembangkan sebagai basis inovasi daerah.

1.5. SASARAN PENELITIAN

Sasaran yang ingin dicapai dari “Kajian Produk Unggulan Daerah Yang Lestari, Ekonomis Dan Inklusif Guna Peningkatan Daya Saing Daerah" adalah sebagai berikut:

1. Tersusunnya pemetaan analitis terhadap Produk Unggulan Daerah (PUD) Kabupaten Sintang yang telah ditetapkan melalui SK Bupati, berdasarkan potensi ekonomi, keberlanjutan, dan inklusi sosial.
2. Terdokumentasikannya kontribusi aktual dan potensial dari masing-masing PUD terhadap empat pilar utama IDSD (Ekonomi, Sosial, Infrastruktur, dan Pemerintahan), dalam konteks pembangunan berkelanjutan.
3. Tersusunnya matriks integrasi PUD dengan visi pembangunan Sintang Lestari, yang memperhatikan daya dukung lingkungan, keberpihakan terhadap masyarakat adat/lokal, serta potensi pengembangan berbasis nilai budaya dan alam.
4. Terkajinya kebutuhan intervensi lintas sektor dan lintas aktor (regulasi, kelembagaan, pembiayaan, SDM, dan infrastruktur) untuk mempercepat penguatan daya saing berbasis produk unggulan.
5. Tersedianya masukan strategis bagi Pemerintah Kabupaten Sintang dalam perumusan kebijakan, program, dan rencana aksi pembangunan, termasuk penyusunan Rencana Induk dan Peta Jalan Inovasi Daerah (RID & PIID) berbasis potensi unggulan lokal.

1.6. MANFAAT PENELITIAN

Pelaksanaan kajian ini diharapkan memberikan manfaat strategis, baik secara konseptual maupun operasional, bagi berbagai pihak, khususnya Pemerintah

Kabupaten Sintang dan pemangku kepentingan pembangunan daerah. Adapun manfaat yang dimaksud antara lain:

1. **Bagi Pemerintah Kabupaten Sintang,** memberikan masukan berbasis data dan analisis mendalam untuk merumuskan kebijakan pembangunan ekonomi lokal yang berbasis potensi unggulan daerah secara lebih terarah, efektif, dan selaras dengan prinsip lestari, ekonomis, dan inklusif. Kajian ini juga memperkuat posisi Sintang dalam pengambilan keputusan strategis dalam forum Lingkar Temu Kabupaten Lestari.
2. **Dalam Perencanaan Pembangunan,** dapat menjadi referensi penting dalam penyusunan dokumen perencanaan seperti Rencana Induk Inovasi Daerah, Peta Jalan Inovasi, dan dokumen perencanaan sektoral lainnya, dengan menempatkan Produk Unggulan Daerah (PUD) sebagai pengungkit daya saing berbasis lokal.
3. **Bagi Dunia Usaha dan UMKM Lokal**, dapat menghasilkan peta potensi dan strategi pengembangan produk unggulan yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha dan UMKM dalam meningkatkan daya saing produk, membuka akses pasar, serta memperkuat model bisnis yang inklusif dan berkelanjutan.
4. **Bagi Komunitas dan Masyarakat Lokal**, mendorong keterlibatan masyarakat, khususnya kelompok adat, perempuan, dan generasi muda dalam rantai nilai produk unggulan daerah, sehingga memperkuat dimensi inklusi sosial dan pemerataan manfaat pembangunan ekonomi lokal.
5. **Bagi Penguatan Indeks Daya Saing Daerah (IDSD)**, kajian ini memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan skor IDSD Kabupaten Sintang, terutama pada pilar ekonomi dan sosial, melalui rekomendasi strategis yang berbasis pada kekuatan PUD dan keunggulan lokal yang terkelola secara lestari.

1.7. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memberikan alur berpikir yang runtut dan sistematis dalam penyusunan laporan penelitian ini, penulisan disusun ke dalam enam bab utama. Setiap bab memuat

pokok-pokok bahasan yang saling terkait dan mendukung pencapaian tujuan penelitian. Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang
1.2 Identifikasi Masalah
1.3 Rumusan Masalah
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian
1.5 Sasaran Penelitian
1.6 Manfaat Penelitian
1.7 Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

2.1 Konsep Produk Unggulan Daerah Dan Daya Saing Daerah
2.1.1 Produk Unggulan Daerah
2.1.2 Daya Saing Daerah
2.1.3 Relasi PUD dan Daya Saing Daerah
2.2 Kerangka Regulasi dan Kebijakan Terkait
2.3 Studi Terdahulu yang Relevan
2.4 Kerangka Teori
2.5 Kerangka Pemikiran

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian
3.2 Lokasi dan Waktu Kajian
3.3 Sumber Data
3.4 Teknik Pengumpulan Data
3.5 Teknik Analisis Data
3.6 Validitas Data

BAB IV GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1 Kondisi Geografis
4.2 Demografi dan Sosial Kependudukan

4.3 Kondisi Ekonomi Daerah

4.4 Infrastruktur dan Konektivitas

4.5 Kebijakan Pembangunan dan Dukungan Pemerintah Daerah

4.6 Potensi dan Profil Produk Unggulan Kecamatan Sintang

BAB V ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PUD

5.1 Pendekatan Analisis

5.2 Analisis PUD: ALBUNEO (Albumin Ikan Gabus)

5.3 Analisis PUD: Bubuk Rangkie

5.4 Analisis PUD: BISCO (Biskuit Stunting)

5.5 Komparasi dan Integrasi Strategi Terhadap PUD

5.6 Keterkaitan Strategi PUD Terhadap Pilar IDSD

BAB VI SINTESIS STRATEGI DAN ARAH PENGEMBANGAN PUD

6.1 Kesimpulan Analisis Produk Unggulan Daerah

6.2 Kondisi Ekosistem Riset dan Inovasi PUD

6.3 Analisis Kesenjangan (*Gap Analysis)*

6.4 Rencana Aksi Strategis

6.5 Implikasi Kebijakan (Rekomendasi)

BAB VII PENUTUP

7.1 Kesimpulan

7.2 Saran

DAFTAR PUSTAKA

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

2.1. KONSEP PRODUK UNGGULAN DAERAH DAN DAYA SAING DAERAH

Pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan memerlukan strategi yang berbasis pada pengelolaan potensi lokal secara optimal. Salah satu pendekatan yang banyak dikembangkan dalam kebijakan nasional maupun daerah adalah penetapan dan penguatan Produk Unggulan Daerah (PUD) sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi berbasis kearifan lokal. PUD tidak hanya merepresentasikan kekayaan komoditas suatu wilayah, tetapi juga mencerminkan kekuatan budaya, sosial, dan geografis yang khas dan sulit ditiru oleh daerah lain.

Dalam kerangka pembangunan yang kompetitif, eksistensi PUD memiliki keterkaitan yang erat dengan konsep daya saing daerah (regional competitiveness), yakni kemampuan suatu wilayah untuk menciptakan nilai tambah melalui pengelolaan sumber daya secara inovatif, produktif, dan berkelanjutan. Hubungan antara PUD dan daya saing menjadi semakin relevan ketika suatu daerah, seperti Kabupaten Sintang, berupaya meningkatkan posisinya dalam Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) dengan tetap menjaga keberlanjutan ekologis dan inklusi sosial sebagai prinsip utama. Oleh karena itu, untuk memahami peran strategis PUD dalam meningkatkan daya saing suatu wilayah, diperlukan kajian teoritis dan konseptual yang mencakup pengertian, karakteristik, serta dasar regulasi yang melandasinya.

2.1.1. Produk Unggulan Daerah

Secara normatif, pengertian Produk Unggulan Daerah (PUD) dapat ditelusuri dalam berbagai regulasi nasional yang menekankan pentingnya pembangunan ekonomi berbasis potensi lokal. Dalam Permendagri No. 86 Tahun 2017 tentang Tata Cara Perencanaan, Pengendalian dan Evaluasi Pembangunan Daerah, disebutkan bahwa salah satu pendekatan dalam penyusunan dokumen perencanaan pembangunan adalah "berbasis potensi unggulan daerah".

Lebih lanjut, Kementerian Dalam Negeri melalui Direktorat Jenderal Bina Pembangunan Daerah menjelaskan bahwa Produk Unggulan Daerah adalah komoditas, jasa, atau hasil produksi yang memiliki potensi ekonomi signifikan dan bersumber dari kekayaan lokal suatu wilayah. Produk tersebut dianggap mampu menjadi penggerak utama ekonomi daerah karena karakteristiknya yang khas, bernilai tambah tinggi, serta berpeluang dikembangkan secara berkelanjutan（Kemendagri, 2019). Selain itu, dalam konteks pengembangan UMKM, Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah juga mendorong pemanfaatan potensi unggulan daerah sebagai bagian dari sistem ekonomi kerakyatan yang inklusif dan berbasis pemberdayaan.

Menurut Porter (1990), keunggulan suatu produk dapat muncul dari kemampuan suatu entitas dalam menciptakan differentiation (keunikan) dan cost advantage (efisiensi biaya) yang sulit ditiru oleh pesaing. Konsep ini menjadi dasar dalam memahami Produk Unggulan Daerah, yaitu produk yang tidak hanya tersedia secara lokal, tetapi juga mampu menciptakan *competitive advantage* melalui keunikan, kualitas, dan koneksi budaya atau geografis.

Sedangkan Saragih (2001) menyatakan bahwa produk unggulan daerah adalah hasil komoditas atau jasa yang memiliki prospek pasar luas, berbasis pada keunggulan lokal, dan menjadi basis pembangunan ekonomi wilayah secara berkelanjutan. Sementara Todaro & Smith (2012) menekankan bahwa pemanfaatan potensi lokal termasuk sumber daya alam, manusia, dan budaya—merupakan elemen fundamental dalam strategi pembangunan daerah berbasis kerakyatan *(community-based development).*

Produk unggulan daerah dapat dikembangkan dari sektor primer seperti pertanian dan kehutanan, sektor sekunder seperti industri pengolahan, dan sektor tersier seperti pariwisata dan ekonomi kreatif (Bappenas, 2020; Permendagri No. 86 Tahun 2017; LTKL Roadmap, 2022). Produk unggulan daerah mencakup

berbagai jenis komoditas dan jasa, yang umumnya dapat diklasifikasikan ke dalam kategori berikut:

- Komoditas Pertanian dan Perkebunan: seperti padi, jagung, kopi, lada, dan karet.
- Produk Olahan dan UMKM: termasuk hasil olahan pangan lokal, kerajinan tangan, hingga produk kreatif.
- Produk Budaya dan Ekowisata: seperti seni kriya tradisional, tenun, kuliner khas, dan destinasi wisata alam berbasis komunitas.
- Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK): madu hutan, rotan, damar, dan hasil alam lainnya yang tidak merusak hutan.

Pemerintah Kabupaten Sintang telah menetapkan daftar Produk Unggulan Daerah melalui Keputusan Bupati Sintang No. 000.7/1727/BAPPEDA/2024. Produk-produk tersebut meliputi:

- Lada (Piper nigrum): komoditas ekspor yang banyak dikembangkan oleh petani rakyat.
- Karet: sebagai hasil perkebunan rakyat dengan potensi nilai tambah tinggi.
- Tenun Ikat Dayak: warisan budaya yang memiliki nilai ekonomi dan kultural sekaligus.
- Produk HHBK: seperti madu kelulut dan hasil olahan hutan non-kayu lainnya.
- Produk Wisata Alam: seperti kawasan konservasi dan ekowisata berbasis masyarakat lokal.

Penetapan ini menjadi bentuk konkret dari komitmen Kabupaten Sintang untuk mengembangkan ekonomi berbasis potensi lokal secara lestari dan inklusif, sejalan dengan semangat “Sintang Lestari” sebagai bagian dari Lingkar Temu Kabupaten Lestari (LTKL). Penetapan Produk Unggulan Daerah penting dilakukan sebagai bagian dari strategi pembangunan ekonomi lokal. Menurut Bappenas (2020), identifikasi produk unggulan diperlukan untuk:

- Mengarahkan intervensi pembangunan (regulasi, infrastruktur, pembiayaan);
- Memetakan rantai nilai dan peluang hilirisasi;
- Menjadi acuan dalam promosi investasi daerah;
- Menguatkan identitas ekonomi berbasis kearifan lokal.

Tanpa penetapan resmi, potensi lokal sering kali terabaikan atau tidak masuk dalam skema prioritas pembangunan lintas sektor. Hal ini juga menjadi hambatan dalam menarik program pusat dan pembiayaan investasi. Merujuk pada referensi formal prosedural ini tertuang dalam Permendagri No. 86 Tahun 2017 dan diperkuat dengan Permendagri No. 59 Tahun 2021 terkait standar pelayanan minimal berbasis potensi unggulan, secara umum, proses penetapan PUD mengikuti tahapan:

- Identifikasi awal potensi ekonomi lokal berbasis data sektoral dan survei lapangan;
- Kajian kelayakan dan daya saing komoditas secara ekonomi, sosial, dan ekologis;
- Validasi melalui musrenbang dan forum OPD teknis;
- Penetapan melalui SK Bupati/Wali Kota berdasarkan rekomendasi Bappeda;
- Integrasi ke dalam dokumen perencanaan daerah (RPJMD, Renstra, Rencana Inovasi Daerah).

Produk Unggulan Daerah yang telah ditetapkan perlu dikelola dan dipetakan secara komprehensif agar dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan daya saing daerah. Menurut OECD (2012), pemetaan potensi lokal merupakan prasyarat utama dalam pengembangan wilayah yang kompetitif, berdaya tahan, dan inklusif. Pengelolaan yang baik memungkinkan:

- Penyesuaian strategi pembangunan lintas sektor (pertanian, pariwisata, UMKM, infrastruktur);

- Penciptaan klaster ekonomi baru berbasis lokalitas;
- Perluasan pasar melalui digitalisasi dan branding daerah;
- Pelibatan masyarakat dalam rantai nilai dan penciptaan lapangan kerja yang adil.

Dengan pendekatan semacam ini, PUD tidak hanya menjadi alat penggerak ekonomi, tetapi juga pilar dalam menjaga kelestarian lingkungan, memperkuat identitas budaya, dan mengurangi ketimpangan sosial-ekonomi di tingkat lokal.

2.1.2. Daya Saing Daerah

1. Pengertian Daya Saing Daerah

Daya saing daerah atau regional competitiveness merupakan konsep yang menjelaskan kemampuan suatu wilayah dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menarik investasi secara berkelanjutan. Daya saing tidak hanya bergantung pada kekayaan sumber daya alam, tetapi juga pada kapasitas institusi, kualitas sumber daya manusia, inovasi, serta efektivitas kebijakan daerah.

Menurut Ann Markusen (1999), daya saing daerah adalah kapasitas suatu kawasan untuk menghasilkan, menarik, dan mempertahankan aktivitas ekonomi produktif dalam jangka panjang. Sedangkan Michael E. Porter (1990) menekankan bahwa keunggulan kompetitif suatu wilayah ditentukan oleh kemampuannya untuk berinovasi, memperbaiki produktivitas, dan mengembangkan klaster ekonomi lokal yang efisien dan unik. Secara umum, daya saing daerah dipandang sebagai kombinasi antara:

- Faktor produksi (alam, manusia, modal);
- Efisiensi kelembagaan dan pasar lokal;
- Konektivitas fisik dan digital;
- Kualitas kebijakan dan tata kelola pemerintahan daerah.

2. Indeks Daya Saing Daerah

Di Indonesia, daya saing daerah secara terukur dikembangkan melalui Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) yang merupakan inisiatif Kemendagri, bekerja sama dengan LAN dan Bappenas. Indeks ini pertama kali diperkenalkan secara nasional untuk memberikan gambaran kuantitatif dan kualitatif mengenai kapasitas daerah dalam menciptakan pertumbuhan yang inklusif dan berkelanjutan. IDSD dibangun atas empat pilar utama:

1) Pilar Ekonomi: Mengukur kekuatan ekonomi daerah melalui indikator PDRB, struktur sektor unggulan, produktivitas, dan investasi.
2) Pilar Sosial: Mencakup pendidikan, kesehatan, partisipasi masyarakat, dan penanggulangan kemiskinan.
3) Pilar Infrastruktur: Akses jalan, listrik, air bersih, transportasi, dan internet.
4) Pilar Pemerintahan: Menilai tata kelola, transparansi, pelayanan publik, serta iklim usaha.

Empat pilar tersebut dijabarkan ke dalam 10 sub-pilar dan 55 indikator teknis, yaitu:

PILAR 1: EKONOMI

a. Sub-Pilar 1: Stabilitas Ekonomi

1. Laju inflasi daerah
2. Pertumbuhan PDRB harga konstan
3. Kontribusi sektor produktif terhadap PDRB
4. Tingkat kemiskinan
5. Ketimpangan pendapatan (Gini Ratio)
6. Rasio kemandirian fiskal
7. Jumlah koperasi aktif
8. Jumlah usaha besar dan menengah

b. Sub-Pilar 2: Efisiensi Pasar Tenaga Kerja

9. Tingkat pengangguran terbuka
10. Tingkat partisipasi angkatan kerja

11. Rata-rata upah pekerja
12. Rasio pekerja formal
13. Persentase tenaga kerja lulusan SMA ke atas

PILAR 2: SOSIAL

a. Sub-Pilar 3: Pembangunan Manusia

14. Indeks Pembangunan Manusia (IPM)
15. Angka Harapan Hidup
16. Rata-rata lama sekolah
17. Harapan lama sekolah
18. Pengeluaran per kapita riil

b. Sub-Pilar 4: Ketahanan Sosial

19. Jumlah desa dengan status mandiri
20. Tingkat kriminalitas
21. Jumlah konflik sosial
22. Indeks ketahanan keluarga
23. Jumlah organisasi masyarakat sipil aktif

PILAR 3: INFRASTRUKTUR

a. Sub-Pilar 5: Infrastruktur Dasar

24. Persentase jalan mantap
25. Akses terhadap air bersih
26. Akses terhadap listrik
27. Kepemilikan rumah layak huni
28. Akses terhadap sanitasi layak

b. Sub-Pilar 6: Infrastruktur Digital

29. Cakupan sinyal telekomunikasi
30. Akses rumah tangga terhadap internet
31. Jumlah desa sinyal 4G
32. Tingkat digitalisasi pelayanan publik
33. Jumlah UMKM yang terdigitalisasi

PILAR 4: PEMERINTAHAN

a. Sub-Pilar 7: Tata Kelola Pemerintahan

34. Nilai SAKIP daerah
35. Tingkat opini BPK atas LKPD
36. Ketersediaan dokumen perencanaan (RPJMD, Renstra)
37. Jumlah regulasi pro investasi
38. Jumlah inovasi tata kelola daerah

b. Sub-Pilar 8: Pelayanan Publik

39. Indeks Kepuasan Masyarakat
40. Kepatuhan terhadap standar pelayanan
41. Rasio layanan administrasi per jumlah penduduk
42. Waktu rata-rata penyelesaian layanan
43. Pengaduan masyarakat yang ditindaklanjuti

c. Sub-Pilar 9: Kapasitas Inovasi Daerah

44. Status Indeks Inovasi Daerah (Kemendagri)
45. Keberadaan BRIDA/Unit Inovasi
46. Jumlah inovasi yang diterapkan
47. Kemitraan riset dengan perguruan tinggi
48. Jumlah penghargaan inovasi yang diraih

d. Sub-Pilar 10: Kesiapan Teknologi

49. Jumlah laboratorium teknologi
50. Akses pelatihan vokasi digital
51. Kepemilikan perangkat TIK di sekolah
52. Rasio penduduk dengan keterampilan
53. TIK Inklusi digital untuk kelompok rentan
54. Jumlah aplikasi layanan berbasis
55. TIK Tingkat literasi digital masyarakat

Indeks tersebut menjadi rujukan penting dalam proses perencanaan pembangunan, pemantauan capaian kinerja, dan penyusunan kebijakan yang

berbasis data di tingkat kabupaten/kota. Daya saing daerah memiliki keterkaitan langsung dengan strategi pembangunan ekonomi lokal (Local Economic Development). Menurut World Bank (2004), pembangunan ekonomi daerah yang berorientasi pada peningkatan daya saing membutuhkan kolaborasi antara sektor publik, swasta, dan masyarakat untuk:

- Menciptakan lingkungan usaha yang kondusif;
- Mengoptimalkan potensi ekonomi lokal;
- Meningkatkan kapasitas SDM dan inovasi daerah.

Dalam konteks ini, daya saing tidak hanya dilihat dari hasil (output) seperti PDRB atau investasi, tetapi juga dari proses (enabling environment) yang memungkinkan partisipasi masyarakat dan keberlanjutan sumber daya jangka panjang. Produk Unggulan Daerah (PUD) memiliki posisi strategis dalam mendorong peningkatan daya saing daerah. PUD yang berhasil dikelola dengan prinsip nilai tambah, inovasi, dan keunikan lokal dapat menjadi:

- Pengungkit pertumbuhan sektor ekonomi unggulan (Pilar Ekonomi);
- Penghasil pendapatan baru bagi masyarakat lokal (Pilar Sosial);
- Pemicu kebutuhan infrastruktur penunjang seperti jalan usaha tani dan digitalisasi pemasaran (Pilar Infrastruktur);
- Alasan perlunya tata kelola yang adaptif dan kolaboratif (Pilar Pemerintahan).

Oleh karena itu, peningkatan daya saing daerah melalui pengembangan PUD perlu dilakukan secara terintegrasi, berbasis bukti, dan berlandaskan pada prinsip keberlanjutan serta inklusivitas, sebagaimana dijalankan oleh Kabupaten Sintang dalam kerangka “Sintang Lestari”.

2.1.3. Relasi PUD dan Daya Saing Daerah

Produk Unggulan Daerah (PUD) memiliki hubungan yang erat dan saling menguatkan dengan daya saing daerah. Dalam kerangka pembangunan daerah yang inklusif dan berkelanjutan, pengembangan PUD merupakan strategi

konkret untuk mengoptimalkan sumber daya lokal, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta memperkuat identitas sosial dan budaya masyarakat.

Menurut Porter (1990), keunggulan kompetitif suatu wilayah ditentukan oleh kemampuannya mengembangkan value chains berbasis sumber daya lokal yang unik dan sulit ditiru. Produk unggulan, dalam hal ini, merupakan representasi nyata dari lokalitas yang unggul, baik dalam bentuk komoditas pertanian, kerajinan, jasa wisata, maupun industri kreatif. Ketika dikelola dengan baik, PUD dapat menciptakan klaster ekonomi lokal (local economic clusters) yang menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi daerah.

Secara normatif, Permendagri No. 86 Tahun 2017 mengarahkan bahwa dokumen perencanaan pembangunan daerah perlu disusun berdasarkan potensi unggulan yang dimiliki daerah, sebagai dasar pengembangan sektor prioritas dan intervensi lintas sektor. Hal ini selaras dengan pandangan Bappenas (2020) yang menempatkan pengembangan PUD sebagai salah satu instrumen utama dalam mendorong ekonomi lokal yang berdaya saing. Lebih lanjut, hubungan antara PUD dan daya saing daerah dapat dipetakan berdasarkan kontribusi nyata PUD terhadap empat pilar utama Indeks Daya Saing Daerah (IDSD):

1) Kontribusi terhadap Pilar Ekonomi

PUD berperan sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi lokal melalui:

- Peningkatan nilai tambah komoditas lokal;
- Penciptaan lapangan kerja di sektor produktif;
- Penguatan basis UMKM dan koperasi;
- Peningkatan kontribusi sektor unggulan terhadap PDRB daerah.

Produk seperti lada, karet, atau olahan pangan khas dapat menjadi pengungkit pertumbuhan ekonomi jika dikelola dalam rantai nilai yang efisien dan didukung oleh strategi hilirisasi.

2) Kontribusi terhadap Pilar Sosial

Produk unggulan yang berbasis komunitas lokal (misalnya tenun ikat Dayak atau wisata alam berbasis masyarakat) mendorong:

- Peningkatan pendapatan rumah tangga;
- Pelestarian budaya dan kearifan lokal;
- Pemberdayaan kelompok rentan (perempuan, pemuda, adat);
- Kohesi sosial dan identitas daerah.

Menurut Todaro & Smith (2012), pembangunan yang berakar dari kekuatan lokal lebih mampu menciptakan efek pemerataan dan inklusi sosial dibanding pendekatan sektoral yang eksklusif.

3) Kontribusi terhadap Pilar Infrastruktur

Pengembangan PUD menuntut tersedianya infrastruktur dasar dan konektivitas, seperti:

- Akses jalan usaha tani dan pasar;
- Listrik dan air untuk produksi dan pengolahan;
- Jaringan internet untuk pemasaran digital;
- Infrastruktur penunjang wisata lokal.

Dengan kata lain, PUD secara tidak langsung mendorong pemerataan pembangunan infrastruktur di wilayah produktif.

4) Kontribusi terhadap Pilar Pemerintahan

Untuk mendukung PUD, diperlukan tata kelola pemerintahan yang responsif dan adaptif, yang tercermin dalam:

- Pelayanan publik yang memudahkan perizinan usaha;
- Peraturan daerah yang pro-UMKM dan inklusi pasar lokal;
- Sinergi antar-OPD dan pelibatan masyarakat sipil;

Dukungan terhadap inovasi dan digitalisasi sektor unggulan. Kelembagaan yang kuat menjadi enabling environment untuk memastikan produk unggulan bisa berkembang dalam ekosistem yang berdaya saing. Dengan demikian,

pengembangan Produk Unggulan Daerah bukan hanya upaya ekonomi, melainkan bagian dari strategi integral dalam meningkatkan daya saing daerah secara terstruktur. PUD yang dikembangkan berdasarkan prinsip value creation, kelestarian lingkungan, dan inklusivitas sosial akan memberikan kontribusi langsung terhadap pencapaian indikator-indikator teknis IDSD. Dalam konteks Kabupaten Sintang, hal ini semakin relevan dengan komitmen daerah terhadap visi "Sintang Lestari".

Tabel 2.1
Pemetaan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Sintang Berdasarkan Kontribusinya terhadap Pilar Ekonomi, Sosial, Infrastruktur, dan Pemerintahan dalam Indeks Daya Saing Daerah (IDSD)

No	Produk Unggulan Daerah (PUD)	Pilar Ekonomi	Pilar Sosial	Pilar Infrastruktur	Pilar Pemerintahan
1	Abon Toman	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
2	Abon Lele	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
3	Madu Kelulut Kalimantan Barat	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
4	Popcorn Renyah	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
5	Rambak Kulit Sapi	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
6	Kerupuk Ikan	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi

No	Produk Unggulan Daerah (PUD)	Pilar Ekonomi	Pilar Sosial	Pilar Infrastruktur	Pilar Pemerintahan
7	Madu Lebah Hutan Borneo	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
8	Jagung Marning	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
9	Emping Jagung	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
10	Rengginang	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
11	Albumin (Ikan Gabus)	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
12	Merica Sangray	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
13	Kerupuk Amplang Ikan	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
14	Ketumbar Sangray	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
15	Ketumbar Bubuk	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi

No	Produk Unggulan Daerah (PUD)	Pilar Ekonomi	Pilar Sosial	Pilar Infrastruktur	Pilar Pemerintahan
16	Sirup Asam Maram	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
17	Bischo/Biskuit Stunting	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
18	Tenun Ikat Sintang	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
19	Kripik Sale Pisang	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
20	Madu Hitam	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
21	Permen Labu Perenggi	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
22	Permen Rio Varian Rasa Buah Labu Perenggi	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
23	Sirup Belimbing Wuluh	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi
24	Nyak Jawak	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi

No	Produk Unggulan Daerah (PUD)	Pilar Ekonomi	Pilar Sosial	Pilar Infrastruktur	Pilar Pemerintahan
25	Serbuk Rangki (Cabai)	Pengolahan dan nilai tambah lokal	Pemberdayaan UMKM dan komunitas	Kebutuhan fasilitas produksi dan distribusi	Perlu dukungan regulasi, pembinaan, dan promosi

Sumber: Diolah Peneliti

Dari pemetaan pada Tabel 2.1, dapat disimpulkan bahwa seluruh Produk Unggulan Daerah (PUD) Kabupaten Sintang memiliki potensi kontribusi yang nyata terhadap peningkatan daya saing daerah, baik dari sisi ekonomi, sosial, infrastruktur, maupun tata kelola pemerintahan. Meskipun ragam produknya berbeda—dari pangan olahan, hasil hutan, kerajinan hingga minuman lokal—seluruhnya menunjukkan keterkaitan strategis dengan indikator teknis dalam Indeks Daya Saing Daerah (IDSD). Hal ini menegaskan bahwa pengembangan PUD bukan hanya sebagai upaya ekonomi semata, melainkan juga sebagai instrumen integratif dalam mendorong pembangunan daerah yang inklusif, berbasis potensi lokal, dan berorientasi pada keberlanjutan.

2.2. KERANGKA REGULASI DAN KEBIJAKAN TERKAIT

Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PUD) Kabupaten Sintang tidak dapat dilepaskan dari kerangka regulasi dan kebijakan yang berlaku di tingkat nasional maupun daerah. Regulasi-regulasi ini menjadi dasar hukum, arah kebijakan, serta panduan teknis dalam pelaksanaan kegiatan identifikasi, penetapan, pengembangan, dan pemanfaatan PUD sebagai bagian dari strategi peningkatan daya saing daerah. Adapun regulasi dan kebijakan yang relevan antara lain:

1. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, memberikan legitimasi kewenangan pemerintah daerah dalam mengelola urusan pemerintahan, termasuk pemberdayaan potensi ekonomi lokal dan inovasi daerah.

2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, mengamanatkan pentingnya integrasi riset dan inovasi dalam pembangunan daerah, termasuk pemanfaatan hasil riset untuk pengembangan produk unggulan.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah, yang menjadi dasar struktur kelembagaan daerah termasuk peran Bappeda dan perangkat teknis dalam perencanaan pembangunan berbasis potensi daerah.
4. Peraturan Presiden Nomor 78 Tahun 2021 tentang Badan Riset dan Inovasi Nasional, memperkuat ekosistem riset dan inovasi yang dapat dimanfaatkan daerah melalui kerja sama kelembagaan dalam mendukung pengembangan PUD.
5. Permendagri Nomor 7 Tahun 2023 tentang Pedoman, Pembentukan, dan Nomenklatur Badan Riset dan Inovasi Daerah (BRIDA), menjadi dasar pembentukan BRIDA sebagai motor penggerak inovasi daerah termasuk hilirisasi produk unggulan.
6. Peraturan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) Nomor 3 Tahun 2021 tentang Pedoman Swakelola, yang memungkinkan pengembangan PUD melalui mekanisme kerja sama dengan perguruan tinggi dan masyarakat secara fleksibel dan efisien.
7. Keputusan Deputi Bidang Pengembangan Strategi dan Kebijakan LKPP Nomor 2 Tahun 2022, yang memberikan model dan pedoman teknis swakelola, termasuk di dalamnya aspek riset terapan dan kegiatan pengembangan potensi daerah.
8. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 061-001 Tahun 2017 tentang Prosedur Kerja Administrasi Penahapan Penelitian dan Pengembangan, sebagai rujukan teknis pelaksanaan kegiatan penelitian dan pengembangan berbasis kebutuhan daerah.
9. Peraturan Daerah Kabupaten Sintang Nomor 8 Tahun 2024 tentang RPJPD Kabupaten Sintang Tahun 2025–2045, menegaskan pentingnya pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan dan berbasis sumber daya unggulan sebagai salah satu arah pembangunan jangka panjang.

10. Peraturan Bupati Sintang Nomor 83 Tahun 2024 tentang Perubahan atas Peraturan Bupati Nomor 146 Tahun 2021 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja (SOTK) Bappeda, sebagai dasar penguatan kelembagaan perencanaan daerah dalam mengelola program berbasis potensi unggulan.
11. Peraturan Bupati Sintang Nomor 15 Tahun 2024 tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan APBD Tahun Anggaran 2025, yang menjadi acuan teknis dalam penganggaran kegiatan pengembangan PUD.
12. Peraturan Bupati Sintang Nomor 109 Tahun 2024 tentang Standar Harga Satuan Barang dan Jasa Pemerintah Kabupaten Sintang Tahun Anggaran 2025, yang relevan untuk menentukan harga kegiatan swakelola, pengadaan, dan promosi produk unggulan.
13. Keputusan Bupati Sintang Nomor 000.7/1727/BAPPEDA/2024 tentang Penetapan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Sintang, merupakan dasar legal formal yang menetapkan 25 jenis produk unggulan sebagai prioritas pengembangan daerah, sekaligus menjadi referensi utama dalam kajian ini.

Regulasi-regulasi tersebut tidak hanya menunjukkan kerangka hukum yang lengkap dan terstruktur, tetapi juga menegaskan sinergi antara aspek perencanaan, riset, kelembagaan, dan penganggaran dalam pengembangan Produk Unggulan Daerah. Hal ini membuktikan bahwa pengelolaan PUD bukanlah inisiatif parsial, melainkan bagian dari ekosistem pembangunan daerah yang berbasis data, inovasi, dan kolaborasi antar-sektor.

2.3. STUDI TERDAHULU YANG RELEVAN

Kajian mengenai Produk Unggulan Daerah (PUD) telah menjadi perhatian berbagai peneliti dan lembaga, baik dalam konteks perencanaan pembangunan daerah, peningkatan daya saing, maupun pemberdayaan ekonomi lokal. Beberapa studi terdahulu yang relevan dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Sutrisno (2017) dalam penelitiannya berjudul *"Pengembangan Produk Unggulan Daerah Berbasis Agroindustri di Kabupaten Banyuwangi"*

menekankan pentingnya sinergi antara pemerintah daerah, pelaku usaha, dan perguruan tinggi dalam mendukung inovasi produk lokal. Studi ini menunjukkan bahwa pendekatan agroindustri mampu meningkatkan nilai tambah dan membuka akses pasar yang lebih luas.

2) Yuliana dan Wicaksono (2019) melalui kajian *"Analisis Daya Saing Komoditas Unggulan Berbasis Location Quotient (LQ) dan Shift Share di Provinsi Kalimantan Barat"* menemukan bahwa beberapa komoditas unggulan di Kalbar memiliki daya saing tinggi secara sektoral, namun belum maksimal dari sisi kelembagaan dan hilirisasi. Studi ini menjadi acuan penting dalam pemetaan potensi berbasis data kuantitatif.
3) Badan Penelitian dan Pengembangan Kemendagri (2020) dalam laporan *"Strategi Peningkatan Produk Unggulan Daerah Melalui Integrasi dalam Dokumen Perencanaan"* menekankan bahwa keberhasilan PUD sangat ditentukan oleh sejauh mana potensi unggulan tersebut masuk ke dalam RPJMD, Renstra OPD, dan program prioritas lintas sektor.
4) Fitriani dkk. (2021) dalam jurnal *"Peran Produk Unggulan Daerah dalam Meningkatkan Indeks Daya Saing Daerah"* mengidentifikasi bahwa kontribusi PUD terhadap daya saing tidak hanya dilihat dari nilai PDRB, tetapi juga melalui indikator sosial, infrastruktur, dan kapasitas kelembagaan pemerintah. Hal ini sejalan dengan pendekatan Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) yang bersifat multidimensi.
5) Bappenas (2022) dalam dokumen evaluasi *"Transformasi Ekonomi Daerah melalui Penguatan Produk Unggulan Berbasis Wilayah"* menekankan pentingnya pendekatan klasterisasi dan value chain analysis dalam pengembangan PUD yang berkelanjutan.

Dari studi-studi di atas, dapat disimpulkan bahwa:

- Produk Unggulan Daerah harus diposisikan tidak hanya sebagai komoditas, tetapi sebagai instrumen pembangunan daerah yang strategis.

- Pendekatan pengembangan PUD yang terintegrasi dengan dokumen perencanaan, berbasis riset, serta memperhatikan daya saing sektor dan non-sektor akan memberikan dampak pembangunan yang lebih luas.
- Penguatan kelembagaan daerah, termasuk pembentukan BRIDA dan kemitraan strategis dengan berbagai pihak, menjadi faktor penentu keberhasilan pengembangan PUD.

Kajian ini akan memperkaya studi terdahulu dengan menekankan pemetaan kontribusi PUD terhadap masing-masing pilar dalam Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) dan relevansinya terhadap arah pembangunan jangka panjang Kabupaten Sintang sebagaimana tercantum dalam RPJPD 2025–2045.

2.4. KERANGKA TEORI

Penelitian mengenai Produk Unggulan Daerah dan kontribusinya terhadap daya saing daerah memerlukan pendekatan teoritik yang bersifat lintas-disiplin, mengingat isu ini melibatkan aspek ekonomi, sosial, kelembagaan, hingga pembangunan wilayah. Kerangka teori yang digunakan dalam kajian ini antara lain:

1) Teori Daya Saing (*Competitive Advantage Theory*) - Michael Porter (1990)

Teori ini menjelaskan bahwa daya saing suatu wilayah tidak hanya bergantung pada faktor alamiah, tetapi juga pada kemampuan daerah dalam menciptakan keunggulan melalui strategi inovatif, peningkatan produktivitas, serta kolaborasi antara pelaku usaha dan institusi. Model Porter's Diamond menekankan empat determinan utama:

- Kondisi faktor (faktor produksi),
- Kondisi permintaan,
- Industri terkait dan pendukung, serta
- Strategi, struktur, dan persaingan perusahaan lokal.

Teori ini menjadi relevan dalam menganalisis bagaimana Produk Unggulan Daerah dapat ditransformasikan menjadi kekuatan kompetitif yang sistematis dan berkelanjutan.

2) Teori Pembangunan Wilayah Berbasis Potensi Lokal

Konsep ini menekankan bahwa pembangunan daerah seharusnya berpijak pada potensi sumber daya lokal yang unik dan khas. Menurut Tarigan (2005), potensi unggulan suatu wilayah dapat berkembang jika ditopang oleh kebijakan yang adaptif, akses pasar yang terbuka, dan peran serta masyarakat dalam menjaga keberlanjutannya.

3) Teori Ekonomi Kreatif dan Nilai Tambah

Produk unggulan yang berbasis lokal seperti kerajinan, olahan pangan, dan hasil hutan bukan kayu memiliki daya saing lebih tinggi apabila dibarengi dengan inovasi, desain, dan branding. Dalam hal ini, pendekatan *value chain* (rantai nilai) digunakan untuk menganalisis titik-titik kritis yang perlu diperkuat agar produk unggulan tidak hanya berhenti di produksi, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang tinggi di hilir.

4) Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) - Kementerian Dalam Negeri RI

Sebagai kerangka ukur empiris, IDSD menyajikan pendekatan kuantitatif terhadap daya saing daerah melalui empat pilar: ekonomi, sosial, infrastruktur, dan pemerintahan. Masing-masing pilar terdiri dari sub-pilar dan indikator teknis yang dapat dikaitkan secara langsung dengan kontribusi Produk Unggulan Daerah. Dengan pendekatan ini, pengaruh keberadaan dan pengembangan PUD terhadap kualitas pembangunan daerah dapat dinilai secara sistematis.

Kerangka teori ini akan digunakan sebagai pisau analisis untuk menilai posisi strategis Produk Unggulan Daerah Kabupaten Sintang terhadap peningkatan daya saing wilayah. Kombinasi antara pendekatan makro (daya saing dan pembangunan wilayah) dan mikro (*value chain* produk dan inovasi lokal) memungkinkan kajian ini bersifat holistik dan berbasis kebutuhan daerah.

2.5. KERANGKA PEMIKIRAN

Untuk mengidentifikasi, menilai, dan memprioritaskan produk unggulan daerah yang mampu mendorong peningkatan daya saing Kabupaten Sintang, kajian ini menggunakan kombinasi tiga kerangka analisis utama yang saling melengkapi. Ketiganya dipilih untuk memberikan gambaran menyeluruh dari sisi nilai strategis produk, faktor pendukung daya saing, serta persepsi kepentingan dan performa di lapangan.

1. **VRIO *Framework***

   VRIO (*Value, Rarity, Imitability, Organization*) digunakan untuk menilai daya saing internal setiap produk unggulan berdasarkan empat kriteria:

Aspek	Pertanyaan Kunci
Value (Nilai)	Apakah produk memberikan manfaat ekonomi bagi daerah dan masyarakat?
Rarity (Kelangkaan)	Apakah produk tersebut unik dan jarang dimiliki daerah lain?
Imitability (Kemudahan Ditiru)	Seberapa sulit produk ditiru oleh daerah lain atau pesaing?
Organization (Kesiapan Organisasi)	Apakah ada institusi/komunitas lokal yang siap mendukung pengembangan produk ini?

2. ***Diamond Model Porter***

   Kerangka ini digunakan untuk menganalisis faktor eksternal dan sistemik yang mempengaruhi daya saing produk unggulan, meliputi:

   a. Kondisi Faktor Produksi (sumber daya alam, SDM, infrastruktur lokal)
   b. Kondisi Permintaan Lokal (besarnya pasar lokal dan regional)
   c. Industri Pendukung dan Terkait (akses ke bahan baku, pelaku usaha lain, koperasi)
   d. Strategi, Struktur, dan Persaingan (tingkat kompetisi lokal dan nasional)
   e. Peran Pemerintah dan Peluang Inovasi (dukungan kebijakan, program, regulasi) Analisis ini membantu mengungkap mengapa produk tertentu bisa berkembang lebih pesat dibanding yang lain.

3. *Importance-Performance Analysis* (IPA)

Model IPA digunakan untuk memetakan persepsi pemangku kepentingan terhadap pentingnya suatu produk dan kinerja aktualnya di lapangan. Setiap produk unggulan akan diplot dalam kuadran berikut:

Kuadran	Interpretasi
Prioritas Utama	Penting dan performa rendah → perlu segera ditingkatkan
Kinerja Baik	Penting dan performa tinggi → pertahankan dan perluas
Rendah Prioritas	Kurang penting dan performa rendah → bisa diabaikan
Berlebihan	Kurang penting tapi performa tinggi → evaluasi efisiensi

Hasil IPA akan menjadi dasar untuk prioritisasi intervensi terhadap produk unggulan, baik dari sisi penguatan kapasitas, infrastruktur, maupun kebijakan pendukung.

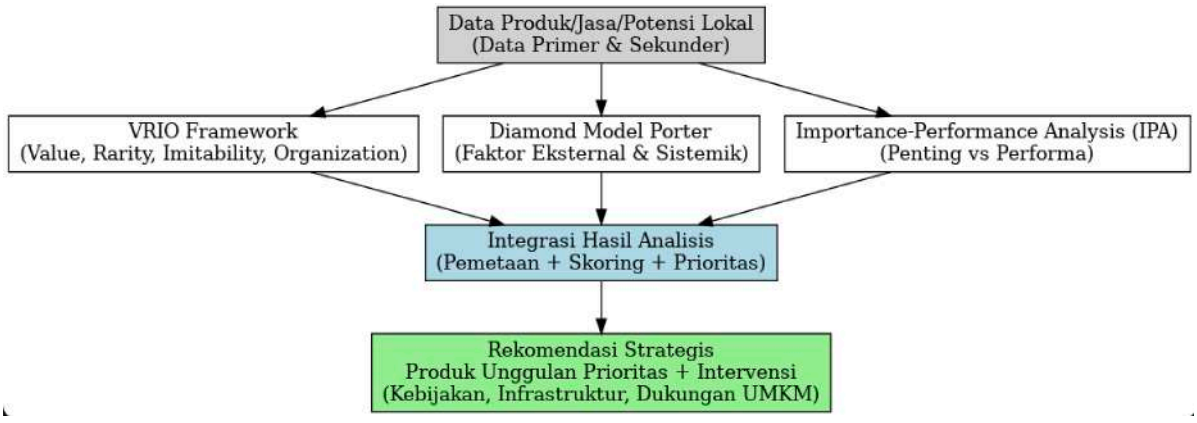
4. Integrasi Tiga *Framework*

Ketiga model ini akan disinergikan untuk menghasilkan:

a. Pemetaan posisi strategis produk unggulan
b. Skoring kontribusi terhadap pilar-pilar IDSD
c. Rekomendasi pengembangan berbasis prioritas dan daya ungkit nyata

Hasil akhirnya adalah daftar produk unggulan prioritas yang memiliki potensi nyata untuk mendorong peningkatan daya saing Kabupaten Sintang, baik dalam jangka pendek maupun menengah-panjang.

Diagram 3.1 *Framework* Analisis



BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta di lapangan terkait Produk Unggulan Daerah (PUD) Kabupaten Sintang serta relasinya terhadap peningkatan daya saing daerah. Menurut Moleong (2013:6), pendekatan kualitatif dimaksudkan untuk memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan, dengan menekankan pada makna, pengalaman, dan konteks. Pendekatan ini dianggap relevan karena kajian ini tidak hanya ingin mengetahui apa yang menjadi produk unggulan, tetapi juga mengungkap proses kebijakan, persepsi pemangku kepentingan, serta kontribusi produk tersebut terhadap dimensi pembangunan daerah yang tidak dapat diukur hanya dengan angka.

Selain itu, pendekatan ini memungkinkan peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap kebijakan daerah, dinamika kelembagaan, dan tantangan dalam pengembangan PUD melalui interaksi langsung dengan pelaku-pelaku di lapangan. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2017:11) bertujuan untuk menggambarkan secara terperinci karakteristik suatu fenomena tertentu, dalam hal ini adalah kondisi aktual Produk Unggulan Daerah dan kerangka kelembagaan, kebijakan, serta infrastruktur pendukungnya. Jenis penelitian deskriptif digunakan karena:

1. Kajian ini tidak berfokus pada pengujian hipotesis, tetapi lebih pada penggambaran kondisi nyata dan analisis hubungan antarvariabel secara kualitatif;
2. Kajian bertujuan memberikan masukan kebijakan (policy brief) bagi pemerintah daerah berdasarkan temuan empiris di lapangan;
3. Penelitian ini membutuhkan analisis kontekstual dan tematik yang tidak dapat diakomodasi oleh metode kuantitatif semata.

Dengan demikian, kombinasi pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif dipilih untuk memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap isu-isu strategis dalam pengembangan PUD di Kabupaten Sintang, serta relevansinya terhadap peningkatan daya saing daerah.

3.2. LOKASI DAN WAKTU KAJIAN

Kajian ini dilaksanakan di Kecamatan Sintang, yang merupakan pusat administrasi dan aktivitas ekonomi utama di Kabupaten Sintang, Provinsi Kalimantan Barat. Kecamatan ini dipilih karena mewakili konsentrasi berbagai bentuk Produk Unggulan Daerah (PUD), baik yang bersifat agraris, olahan pangan, hasil hutan bukan kayu, maupun produk kerajinan dan budaya lokal. Selain itu, Kecamatan Sintang juga menjadi lokasi sejumlah pelaku UMKM, koperasi, dan lembaga pendukung yang berperan aktif dalam rantai nilai produk unggulan.

Kecamatan Sintang memiliki posisi strategis dalam pengembangan PUD karena didukung oleh infrastruktur yang relatif lebih baik dibandingkan kecamatan lainnya di Kabupaten Sintang, serta akses yang lebih luas terhadap pasar lokal dan regional. Potensi inilah yang menjadikan wilayah ini relevan untuk dikaji sebagai titik fokus dalam menganalisis kontribusi produk unggulan terhadap daya saing daerah.

Adapun waktu pelaksanaan kajian berlangsung selama 90 (sembilan puluh) hari kerja, dengan periode pelaksanaan dimulai pada bulan Agustus dan berakhir pada November 2025. Selama periode tersebut, kegiatan utama yang dilaksanakan meliputi:

- Studi dokumentasi dan analisis kebijakan,
- Pengumpulan data lapangan melalui wawancara dan FGD,
- Pemetaan kontribusi PUD terhadap Indeks Daya Saing Daerah (IDSD),
- Penyusunan laporan akhir dan rekomendasi kebijakan.

3.3. SUMBER DATA

Dalam kajian ini, data yang digunakan diklasifikasikan ke dalam dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder, yang saling melengkapi dalam proses analisis kondisi Produk Unggulan Daerah (PUD) di Kecamatan Sintang serta keterkaitannya dengan daya saing daerah. Dalam kajian ini, data yang digunakan diklasifikasikan ke dalam dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder, yang saling melengkapi dalam proses analisis kondisi Produk Unggulan Daerah (PUD) di Kecamatan Sintang serta keterkaitannya dengan daya saing daerah.

1. **Data Primer**

   Data primer diperoleh secara langsung dari lapangan melalui interaksi dengan informan kunci dan pemangku kepentingan yang relevan. Teknik pengumpulan data primer meliputi:

   - Wawancara mendalam (in-depth interview): Dilakukan terhadap informan dari perangkat daerah teknis (seperti Bappeda, Dinas Perindagkop, Dinas Pertanian, Dinas Lingkungan Hidup), pelaku UMKM, pengusaha lokal, kelompok tani/hutan, dan tokoh masyarakat.
   - Diskusi Kelompok Terfokus (FGD): Diselenggarakan dengan melibatkan perwakilan dari organisasi perangkat daerah, akademisi, pelaku usaha, serta komunitas lokal guna memvalidasi temuan awal dan memperkaya analisis kontekstual.
   - Observasi langsung: Dilakukan untuk mengamati proses produksi, distribusi, serta aktivitas ekonomi terkait PUD di lokasi-lokasi strategis di Kecamatan Sintang.

2. **Data Sekunder**

   Data sekunder diperoleh dari dokumen dan sumber resmi yang sudah tersedia, baik dari pemerintah pusat, pemerintah daerah, maupun lembaga non-pemerintah. Jenis data sekunder yang digunakan meliputi:

- Dokumen perencanaan daerah: RPJPD, RPJMD, Renstra OPD, dan dokumen kebijakan lainnya;
- Keputusan Bupati Sintang Nomor 000.7/1727/BAPPEDA/2024 tentang Penetapan Produk Unggulan Daerah;
- Data statistik daerah dari BPS dan Dinas terkait;
- Peraturan perundang-undangan, Perbup, dan Permendagri yang relevan;
- Laporan hasil kajian terdahulu, publikasi ilmiah, dan data dari lembaga riset;
- Data IDSD (Indeks Daya Saing Daerah) versi Kemendagri.

Penggunaan kombinasi data primer dan sekunder ini bertujuan untuk memastikan kajian dilakukan secara komprehensif dan triangulatif, sehingga hasil analisis yang dihasilkan tidak hanya sahih secara substansi, tetapi juga responsif terhadap kondisi lokal yang aktual.

3.4. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Untuk memperoleh informasi yang akurat dan mendalam mengenai Produk Unggulan Daerah (PUD) serta kontribusinya terhadap daya saing daerah di Kecamatan Sintang, kajian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang saling melengkapi. Teknik-teknik tersebut meliputi:

1. **Studi Dokumentasi**

   Studi dokumentasi dilakukan dengan menelaah berbagai dokumen resmi dan literatur yang relevan, baik dari tingkat nasional maupun daerah. Dokumen yang dianalisis antara lain:

   - RPJPD dan RPJMD Kabupaten Sintang,
   - Keputusan Bupati tentang PUD,
   - Peraturan perundang-undangan terkait pembangunan daerah dan inovasi,
   - Data statistik dari BPS dan perangkat daerah teknis,
   - Laporan hasil penelitian terdahulu,

- Dokumen penganggaran (APBD, Renja OPD),
- Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) yang diterbitkan oleh Kementerian Dalam Negeri.

Teknik ini bertujuan untuk memahami konteks kebijakan, tren pembangunan, serta posisi PUD dalam dokumen perencanaan daerah.

2. Wawancara Mendalam (In-depth Interview)

Wawancara dilakukan terhadap informan kunci yang memiliki pengetahuan, pengalaman, atau kewenangan langsung terhadap isu PUD. Informan tersebut meliputi:

- Pejabat teknis di Bappeda, Dinas Perindagkop, Dinas Pertanian, Dinas Lingkungan Hidup;
- Pelaku usaha lokal dan UMKM;
- Tokoh masyarakat atau komunitas pengelola produk unggulan;
- Akademisi atau tenaga ahli lokal.

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk memungkinkan fleksibilitas dalam menggali informasi kontekstual dan narasi kebijakan.

3. Diskusi Kelompok Terfokus (FGD)

FGD digunakan sebagai metode validasi data dan pengayaan analisis. Dalam kegiatan ini, peserta dari berbagai latar belakang (OPD, pelaku ekonomi, komunitas lokal, dan akademisi) akan membahas temuan awal, memberikan masukan, serta menyepakati rekomendasi strategis terhadap pengembangan PUD di Kecamatan Sintang.

4. Observasi Lapangan

Observasi dilakukan secara langsung ke lokasi produksi dan distribusi PUD, baik di sektor pertanian, UMKM, maupun kegiatan ekowisata dan kerajinan lokal. Tujuannya adalah:

- Memahami secara nyata proses pengelolaan produk unggulan,
- Mengidentifikasi potensi, tantangan, dan pola usaha lokal,

- Mendokumentasikan praktik-praktik baik (best practices) yang dapat direplikasi.

Teknik ini juga memungkinkan peneliti merekam aspek non-verbal dan konteks sosial yang tidak bisa ditangkap hanya melalui wawancara.

3.5. TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis data dalam kajian ini dilakukan secara kualitatif melalui pendekatan analisis isi (content analysis), yang bertujuan untuk menafsirkan makna dari data primer dan sekunder terkait Produk Unggulan Daerah (PUD) serta kontribusinya terhadap daya saing wilayah. Analisis ini memungkinkan penyusunan kategori tematik, pemetaan relasi antarindikator, dan penarikan kesimpulan yang kontekstual berbasis dinamika lokal. Menurut Krippendorff (2013), content analysis merupakan metode sistematis untuk menelaah dokumen, narasi, dan interaksi sosial dalam konteks tertentu. Dalam kajian ini, pendekatan tersebut diperkaya melalui beberapa model dan alat analisis untuk memperkuat validitas dan kedalaman kajian, antara lain:

1. **Analisis Isi (*Content Analysis*)**

   Diterapkan pada dokumen kebijakan, hasil wawancara, observasi, dan FGD untuk mengidentifikasi isu utama, keterkaitan antar tema, dan narasi strategis yang berkembang di tingkat lokal.

2. **Model VRIO**

   Model VRIO membantu menilai posisi strategis PUD dalam konteks keunggulan bersaing jangka panjang. Model ini digunakan untuk menganalisis keunggulan kompetitif dari masing-masing Produk Unggulan Daerah berdasarkan empat indikator utama:

   - *Value* (Nilai): Apakah produk memberikan nilai tambah ekonomi atau sosial?
   - *Rarity* (Kelangkaan): Apakah produk tersebut langka atau unik dibandingkan daerah lain?

- *Imitability* (Sulit ditiru): Apakah produk mudah ditiru oleh kompetitor?
- *Organization* (Kesiapan organisasi): Apakah daerah memiliki struktur pendukung (kelembagaan, regulasi, SDM) untuk mengelola produk tersebut?

3. Porter's Diamond Model

Melalui model ini, dapat diidentifikasi kendala sistemik dan peluang penguatan ekosistem PUD. Model ini digunakan untuk mengevaluasi daya saing wilayah dalam mendukung tumbuhnya PUD. Diamond Model terdiri dari empat determinan:

- *Factor Conditions:* Akses terhadap sumber daya (alam, manusia, infrastruktur);
- *Demand Conditions:* Permintaan pasar lokal dan regional; Related and
- *Supporting Industries:* Ketersediaan industri pendukung dan jaringan usaha;
- *Firm Strategy, Structure, and Rivalry:* Pola kelembagaan, strategi pelaku usaha, dan tingkat persaingan.

4. *Importance–Performance Analysis* (IPA)

Hasil dari IPA ini dapat divisualisasikan dalam bentuk kuadran, untuk mendukung perumusan strategi kebijakan secara lebih terarah. Digunakan untuk menilai persepsi aktor terhadap dimensi penting *(importance*) dan kinerja aktual (*performance)* dari program pengembangan PUD. Metode ini digunakan dalam sesi FGD untuk mengidentifikasi:

- Area prioritas perbaikan *(high importance – low performance),*
- Aspek yang sudah berjalan baik *(high importance – high performance),*
- Serta program yang kurang relevan *(low importance – low performance).*

5. Analisis Tematik dan Visualisasi

Sebagai bagian dari pendekatan kualitatif, kajian ini juga menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*) untuk mengorganisasi temuan-temuan

lapangan dalam kategori atau tema besar yang relevan dengan tujuan kajian. Analisis tematik merupakan teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola-pola (tema) dalam data secara sistematis (Braun & Clarke 2006). Tema-tema tersebut dapat berupa:

- Kekuatan dan potensi PUD lokal,
- Hambatan kelembagaan atau pasar,
- Pola relasi antar aktor lokal,
- Ketersediaan infrastruktur pendukung,
- Kesesuaian kebijakan daerah dengan kebutuhan pelaku usaha,
- Keterkaitan antara PUD dengan indikator daya saing (IDSD).

Setiap tema dianalisis berdasarkan frekuensi kemunculannya, intensitas pembahasan, dan bobot dampaknya terhadap pengembangan produk unggulan dan peningkatan daya saing daerah. Untuk mendukung interpretasi data secara lebih jelas dan komunikatif, hasil analisis juga disajikan melalui visualisasi grafis. Bentuk-bentuk visualisasi yang digunakan meliputi:

- Tabel kontribusi PUD terhadap pilar IDSD, untuk menunjukkan keterkaitan strategis antarproduk dan indikator daya saing;
- Peta VRIO untuk menilai posisi keunggulan kompetitif PUD;
- Diamond Chart Porter, untuk memvisualisasikan kekuatan sistemik wilayah dalam mendukung pertumbuhan PUD;
- Kuadran IPA (*Importance–Performance Analysis*) untuk mengidentifikasi prioritas perbaikan program daerah;
- *Logical Framework Matrix*, untuk merumuskan hubungan antara *input, output, outcome,* dan dampak dari strategi pengembangan PUD.

Visualisasi ini tidak hanya berguna bagi tim peneliti, tetapi juga bagi pemangku kebijakan, agar dapat memahami secara cepat kondisi eksisting, celah kebijakan, dan arah rekomendasi strategis berdasarkan bukti.

3.6. VALIDITAS DATA

Dalam penelitian kualitatif, validitas bukan hanya terkait keakuratan data, tetapi juga menyangkut kekuatan argumentasi, keabsahan penafsiran, dan keterandalan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber. Oleh karena itu, validitas dalam kajian ini dijaga melalui penerapan prinsip triangulasi, konfirmasi informan, serta audit trail selama proses pengumpulan dan analisis data.

1. **Triangulasi**

   Menurut Denzin (1978), triangulasi merupakan teknik kunci untuk meningkatkan keabsahan dalam penelitian sosial dengan cara menggunakan berbagai sudut pandang untuk melihat satu fenomena. Triangulasi dilakukan untuk memverifikasi keabsahan data melalui perbandingan antar:

   - Sumber data (informan dari OPD, pelaku usaha, akademisi, komunitas),
   - Metode pengumpulan (dokumentasi, wawancara, observasi, dan FGD),
   - Teori atau pendekatan analitis (VRIO, Diamond Model, IDSD, IPA).

2. **Konfirmasi Informan (*Member Check*)**

   Hasil wawancara dan interpretasi awal dari peneliti akan dikonfirmasi kembali kepada informan untuk memastikan kesesuaian dengan makna yang dimaksudkan. Hal ini penting agar interpretasi tidak bersifat sepihak, serta memperkuat kepercayaan (credibility) terhadap data yang dikumpulkan.

3. **Audit *Trail***

   Peneliti menyusun dokumentasi sistematis terhadap proses kajian, mulai dari perencanaan, penentuan informan, pengumpulan data, penyusunan transkrip, hingga tahapan analisis. Catatan tersebut berfungsi sebagai jejak logis yang dapat ditelusuri oleh pihak lain, untuk menjamin *dependability dan confirmability* dari hasil penelitian.

4. ***Prolonged Engagement***

   Meskipun durasi penelitian dibatasi selama 90 hari, keterlibatan peneliti dalam memahami konteks lokal dan menjalin hubungan dengan aktor kunci

dilakukan secara intensif sejak tahap awal. Hal ini penting untuk mendalami realitas sosial-ekonomi yang melatarbelakangi dinamika produk unggulan daerah.

Dengan penerapan strategi validitas ini, data yang dikumpulkan dan dianalisis dalam kajian ini diharapkan mampu merepresentasikan kondisi aktual dan memberikan dasar rekomendasi kebijakan yang kredibel dan aplikatif.

BAB IV

GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. KONDISI GEOGRAFIS DAN ADMINISTRATIF

4.1.1. Letak Geografis Kecamatan Sintang

Kecamatan Sintang merupakan pusat administrasi dan aktivitas ekonomi utama di wilayah Kabupaten Sintang. Posisi Kecamatan Sintang terletak diantara 0^0 09 Lintang Utara serta 0^0 02 Lintang Selatan dan 111^0 21 Bujur Timur serta 111^0 36 Bujur Timur. Secara geografis, Kecamatan Sintang berada dibagian timur dari Provinsi Kalimantan Barat yang tergabung ke dalam wilayah administratif Kabupaten Sintang dan dilalui oleh garis khatulistiwa serta menjadi Ibukota dari Kabupaten Sintang.

4.1.2. Luas dan Batas Wilayah

Sintang merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Sintang yang memiliki luas wilayah terkecil dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Luas wilayah Kecamatan Sintang sebesar 355,65 km^2 atau jika dipersentasekan terhadap luas keseluruhan Kabupaten Sintang hanya sebesar 1,64% dari total 21.638 km^2.

Kecamatan Sintang memiliki batas wilayah administratif dengan beberapa kecamatan lainnya yaitu:

Utara : Kecamatan Binjai Hulu
Selatan : Kecamatan Sungai Tebelian
Timur : Kecamatan Dedai
Barat : Kecamatan Tempunak

Gambar 4.1.

Peta Kecamatan Sintang



Sumber: BPS Kabupaten Sintang, 2022

4.1.3. Pembagian Administratif Berdasarkan Desa dan Kelurahan

Secara administratif, Kecamatan Sintang terbagi menjadi 29 wilayah yang terdiri dari 16 kelurahan dan 13 desa. Adapun untuk desa atau kelurahan yang memiliki wilayah terluas di Kecamatan Sintang yaitu Kelurahan Tanjung Puri dengan luas 41,00 km^2 atau 14,8 persen dari luas total Kecamatan Sintang. Selain itu, terdapat kelurahan lainnya yang menjadi bagian dari Kecamatan Sintang yaitu Akcaya, Alai, Ladang, Kapuas Kanan Hulu, Kapuas Kanan Hilir, Kapuas Kiri Hilir, Kapuas Kiri Hulu, Ulak Jaya, Menyumbung Tengah, Batu Lalau, Mekar Jaya, Sengkuang, Rawa Mambok, Mengkurai, Kedabang. Untuk desa yang terdaftar di Kecamatan Sintang yaitu Tertung, Mungguk Bantok, Baning Kota, Teluk Kelansam, Sungai Ana, Marti Guna, Tanjung Kelansam, Anggah Jaya, Lalang Baru, Tebing Raya, Mail Jampong, Jerora Satu, dan Kebiau Baru.

Berikut pembagian administratif desa/kelurahan di Kecamatan Sintang yang disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.1
Pembagian Desa/Kelurahan di Kecamatan Sintang

No	Desa/Kelurahan	Luas Area (km^2)	Persentase Terhadap Luas Kecamatan (%)
1.	Kelurahan Tanjung Puri	41	14,8
2.	Kelurahan Akcaya	-	-
3.	Kelurahan Alai	-	-
4.	Kelurahan Ladang	5	1,8
5.	Kelurahan Kapuas Kanan Hulu	32	11,55
6.	Kelurahan Kapuas Kanan Hilir	19,5	7,04
7.	Kelurahan Kapuas Kiri Hilir	20,5	7,4
8.	Kelurahan Kapuas Kiri Hulu	25	9,02
9.	Kelurahan Ulak Jaya	-	-
10.	Kelurahan Menyumbung Tengah	-	-
11.	Kelurahan Batu Lalau	-	-
12.	Kelurahan Mekar Jaya	-	-
13.	Kelurahan Sengkuang	-	-
14.	Kelurahan Rawa Mambok	-	-
15.	Kelurahan Mengkurai	-	-
16.	Kelurahan Kedabang	-	-
17.	Desa Tertung	17,1	6,17
18.	Desa Mungguk Bantok	24,6	8,88
19.	Desa Baning Kota	9	3,25
20.	Desa Teluk Kelansam	19,5	7,04
21.	Desa Sungai Ana	8	2,28
22.	Desa Marti Guna	7	2,53
23.	Desa Tanjung Kelansam	20,75	7,49

No	Desa/Kelurahan	Luas Area (km^2)	Persentase Terhadap Luas Kecamatan (%)
24.	Desa Anggah Jaya	11	3,97
25.	Desa Lalang Baru	17,1	6,17
26.	Desa Tebing Raya	-	-
27.	Desa Mail Jampong	-	-
28.	Desa Jerora Satu	-	-
29.	Desa Kebiau Baru	-	-
Kecamatan Sintang		**355,65**	

Sumber: Kecamatan Sintang Dalam Angka 2024

4.2. DEMOGRAFI DAN SOSIAL KEPENDUDUKAN

4.2.1. Jumlah dan Kepadatan Penduduk

Berdasarkan data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sintang terkait kependudukan di Kecamatan Sintang, jumlah penduduk di Kecamatan Sintang berjumlah 84.265 jiwa. Dari angka tersebut, penduduk laki-laki mendominasi dengan jumlah 42.678 jiwa sedangkan penduduk perempuan berjumlah 41.587 jiwa. Kelurahan Kapuas Kanan Hulu merupakan wilayah yang memiliki jumlah penduduk terbanyak dibandingkan desa/kelurahan lainnya di Kecamatan Sintang dengan jumlah penduduk sebanyak 12.044 jiwa yang diikuti oleh Kelurahan Baning Kota di posisi kedua dengan jumlah penduduk 9.037 jiwa. Sedangkan untuk desa/kelurahan yang memiliki jumlah penduduk paling sedikit terdapat di Desa Mail Jampong yang berpenduduk hanya 244 jiwa.

Tabel 4.2.
Jumlah Penduduk Kecamatan Sintang Tahun 2024

No	Desa/Kelurahan	Penduduk		
		Laki-Laki	Perempuan	Total
1	Tertung	527	497	1024
2	Mungguk Bantok	327	286	613
3	Tanjung Puri	4.080	3.981	8.061
4	Baning Kota	4.596	4.441	9.037
5	Ladang	2.344	2.333	4.677
6	Kapuas Kanan Hulu	6.111	5.933	12.044
7	Kapuas Kanan Hilir	2.783	2.658	5.441
8	Kapuas Kiri Hilir	784	752	1.536
9	Kapuas Kiri Hulu	894	957	1.851
10	Teluk Kelansam	343	336	679
11	Sungai Ana	2.261	2.149	4.410
12	Merti Guna	2.189	2.194	4.383
13	Tanjung Kelansam	323	275	598
14	Anggah Jaya	421	415	836
15	Lalang Baru	327	310	637
16	Tebing Jaya	247	223	470
17	Mail Jampong	113	131	244
18	Jerora Satu	1.086	1.028	2.114
19	Kebiau Baru	252	213	465
20	Akcaya	1.635	1.592	3.227
21	Alai	1.493	1.532	3.025
22	Ulak Jaya	1.176	1.186	2.362
23	Menyumbung Tengah	1.063	1.068	2.131
24	Batu Lalau	226	215	441

No	Desa/Kelurahan	Penduduk		
		Laki-Laki	Perempuan	Total
25	Mekar Jaya	734	700	1.434
26	Sengkuang	2.472	2.408	4.880
27	Rawa Mambok	1.409	1.390	2.799
28	Mengkurai	1.860	1.801	3.661
29	Kedabang	602	583	1.185
Kecamatan Sintang		**42.678**	**41.587**	**84.265**

Sumber: Kecamatan Sintang Dalam Angka 2024

Dari jumlah data penduduk di Kecamatan Sintang, wilayah yang memiliki kepadatan penduduk tertinggi setiap 1 (satu) Km^2 adalah Kelurahan Baning Kota dengan angka 1.004,11 yang persentase penduduknya 10,72% dari jumlah total penduduk di Kecamatan Sintang. Walaupun Kelurahan Kapuas Kanan Hulu memiliki persentase penduduk tertinggi di Kecamatan Sintang dengan 14,29%, namun kepadatan penduduknya hanya menghasilkan angka 376,38. Untuk wilayah yang memiliki kepadatan penduduk terendah yang tercatat oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil di Kecamatan Sintang yaitu Desa Mungguk Bantok dengan kepadatan penduduk 24,92 persen.

Tabel 4.3.
Kepadatan Penduduk Kecamatan Sintang Tahun 2024

No	Desa/Kelurahan	Persentase Penduduk	Kepadatan Penduduk (per Km^2)	Rasio Jenis Kelamin Penduduk
1	Tertung	1,22%	59,88	106
2	Mungguk Bantok	0,73%	24,92	114
3	Tanjung Puri	9,57%	196,61	102
4	Baning Kota	10,72%	1.004,11	103
5	Ladang	5,55%	935,40	100

No	Desa/Kelurahan	Persentase Penduduk	Kepadatan Penduduk (per Km^2)	Rasio Jenis Kelamin Penduduk
6	Kapuas Kanan Hulu	14,29%	376,38	103
7	Kapuas Kanan Hilir	6,46%	279,03	105
8	Kapuas Kiri Hilir	1,82%	74,93	104
9	Kapuas Kiri Hulu	2,20%	74,04	93
10	Teluk Kelansam	0,81%	34,82	102
11	Sungai Ana	5,23%	551,25	105
12	Merti Guna	5,20%	626,14	100
13	Tanjung Kelansam	0,71%	28,82	117
14	Anggah Jaya	0,99%	76,00	101
15	Lalang Baru	0,76%	37,25	105
16	Tebing Jaya	0,56%	-	111
17	Mail Jampong	0,29%	-	86
18	Jerora Satu	2,51%	-	106
19	Kebiau Baru	0,55%	-	118
20	Akcaya	3,83%	-	103
21	Alai	3,59%	-	97
22	Ulak Jaya	2,80%	-	99
23	Menyumbung Tengah	2,53%	-	100
24	Batu Lalau	0,52%	-	105
25	Mekar Jaya	1,70%	-	105
26	Sengkuang	5,79%	-	103
27	Rawa Mambok	3,32%	-	101
28	Mengkurai	4,34%	-	103
29	Kedabang	1,41%	-	103

Sumber: Kecamatan Sintang Dalam Angka 2024

4.2.2. Struktur Mata Pencarian Penduduk

Berdasarkan tabel 4. tentang prasarana dan sarana transportasi di Kecamatan Sintang Tahun 2021, data tersebut tidak secara langsung menyebutkan struktur mata pencaharian penduduk, namun dapat diprediksi dari beberapa aspek. Terlihat bahwa sebagian besar desa/kelurahan di Kecamatan Sintang memiliki akses terhadap prasarana transportasi darat, dan beberapa di antaranya juga memiliki akses transportasi air. Hal ini mencerminkan adanya keterhubungan antarwilayah yang dapat memengaruhi jenis mata pencaharian masyarakat, terutama dalam sektor pertanian, perdagangan, dan jasa angkutan, yang sangat tergantung pada infrastruktur transportasi.

Sebagian besar wilayah tidak memiliki angkutan umum dengan trayek tetap, terutama di desa-desa yang lebih kecil atau terpencil. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sebagian besar masih mengandalkan transportasi pribadi atau tradisional (seperti perahu atau motor), yang lazim di daerah pedalaman atau wilayah yang dekat dengan aliran sungai. Oleh karena itu, jenis pekerjaan yang dominan terkait sektor primer seperti pertanian, perikanan, dan kehutanan, karena moda transportasi yang terbatas menyulitkan pengembangan sektor industri atau jasa modern secara luas.

Di sisi lain, desa-desa yang memiliki angkutan umum dengan trayek tetap seperti Kelurahan Baning Kota, Tanjung Puri, dan Kapuas Kanan Hulu cenderung memiliki kegiatan ekonomi yang lebih urban. Hal ini mengindikasikan bahwa mata pencaharian penduduk di wilayah-wilayah tersebut lebih bervariasi, termasuk sektor perdagangan, jasa, dan pegawai formal. Dengan demikian, struktur mata pencaharian penduduk Kecamatan Sintang tampaknya masih didominasi oleh sektor primer, namun wilayah dengan akses transportasi yang lebih baik cenderung menunjukkan diversifikasi ke sektor sekunder dan tersier.

4.3. KONDISI EKONOMI DAERAH

4.3.1. Sektor Unggulan dan Potensi Lokal

Kecamatan Sintang memiliki potensi lokal yang kaya dan beragam, yang menjadi dasar pengembangan sektor-sektor unggulan daerah. Berdasarkan karakteristik geografis dan sosial-ekonomi wilayah, sektor pertanian, perikanan, dan pengolahan hasil alam merupakan sektor yang paling menonjol. Produk seperti ikan air tawar (toman, lele, dan gabus), hasil hutan seperti madu kelulut dan madu hutan, serta hasil pertanian seperti jagung dan belimbing wuluh menunjukkan bahwa kekayaan sumber daya alam setempat sangat mendukung lahirnya produk-produk unggulan yang bernilai ekonomi tinggi. Hal ini diperkuat oleh sebaran penduduk di 29 desa/kelurahan yang cukup merata, memungkinkan distribusi tenaga kerja dan potensi pasar lokal yang besar untuk mendukung pengembangan usaha produktif.

Dari sisi kependudukan, Kecamatan Sintang memiliki jumlah penduduk mencapai 84.265 jiwa pada tahun 2024, dengan konsentrasi terbesar di Kelurahan Kapuas Kanan Hulu dan Baning Kota. Ini menjadi basis penting dalam penyediaan sumber daya manusia, baik sebagai pelaku usaha maupun konsumen lokal. Selain itu, infrastruktur pendidikan dan fasilitas umum yang terus berkembang, seperti sekolah dasar, menengah, dan kesehatan, mendukung terciptanya ekosistem kewirausahaan lokal yang adaptif. Dukungan kelembagaan dari UMKM, koperasi, hingga pelaku industri kecil turut memperkuat sektor unggulan ini agar lebih produktif dan kompetitif.

Secara administratif, posisi strategis Kecamatan Sintang sebagai pusat pemerintahan kabupaten menjadikan wilayah ini sebagai simpul aktivitas ekonomi, perdagangan, dan distribusi. Ketersediaan jaringan transportasi, kedekatan antar desa dengan pusat kecamatan, serta partisipasi aktif berbagai kelompok usaha, memberikan keunggulan tersendiri dalam membangun sinergi antara potensi lokal dan pengembangan sektor unggulan. Dengan strategi pembangunan yang terarah dan berbasis potensi, Kecamatan Sintang memiliki

peluang besar untuk terus mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

4.3.2. UMKM dan Kegiatan Ekonomi (RKPD)

Berdasarkan data dari Rancangan Akhir RKPD Kabupaten Sintang, pada tahun 2022 di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peranan penting dalam struktur ekonomi Kecamatan Sintang. Dari 4.715 pelaku UMKM yang tersebar di berbagai kecamatan, Kecamatan Sintang menjadi penyumbang terbesar dengan 2.112 pelaku usaha mikro, 1.123 pelaku usaha kecil, dan 53 pelaku usaha menengah, sehingga total mencapai 3.288 unit usaha. Dominasi angka ini menunjukkan bahwa perekonomian di wilayah ini bergerak dinamis melalui sektor informal dan kewirausahaan kecil.

Besarnya jumlah UMKM di Kecamatan Sintang sangat erat kaitannya dengan karakteristik wilayahnya yang menjadi pusat administrasi, pemerintahan, dan perdagangan di Kabupaten Sintang. Infrastruktur jalan yang cukup baik di wilayah ini, serta keberadaan fasilitas pendidikan dan pelayanan publik, turut mendukung tumbuhnya usaha masyarakat, baik dalam bentuk toko kelontong, usaha kuliner, jasa, maupun kerajinan tangan. Ditambah dengan konsentrasi penduduk terbesar di Kecamatan ini (84.265 jiwa pada tahun 2024), ekosistem ekonomi lokal pun berkembang karena tingginya kebutuhan konsumsi dan layanan.

Namun demikian, tantangan yang dihadapi adalah keterbatasan akses angkutan umum di banyak desa sebagaimana terlihat pada data transportasi. Beberapa desa di Kecamatan Sintang seperti Tertung, Kapuas Kiri Hulu, dan Teluk Kelansam tidak memiliki akses angkutan umum, sehingga berpotensi membatasi distribusi barang dan jasa dari pelaku UMKM ke pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, penguatan akses transportasi dan konektivitas antarwilayah menjadi krusial untuk mendukung ekspansi UMKM serta membuka peluang pertumbuhan ekonomi desa yang lebih merata di wilayah Kecamatan Sintang.

4.4. INFRASTRUKTUR DAN KONEKTIVITAS

4.4.1. Infrastruktur Jalan dan Transportasi

Berdasarkan data infrastruktur jalan di Kecamatan Sintang (2021), desa/kelurahan yang sudah memiliki jalan aspal atau beton mencakup wilayah seperti Tanjung Puri, Baning Kota, Kapuas Kanan Hulu, Kapuas Kiri Hulu, Sungai Ana, Jerora Satu, Akcaya, Alai, Ulak Jaya, dan Sengkuang. Jalan di wilayah-wilayah ini dapat dilalui oleh kendaraan bermotor roda empat sepanjang tahun, menunjukkan aksesibilitas dan konektivitas yang baik.

Sebaliknya, beberapa desa/kelurahan masih memiliki jalan berpermukaan tanah, seperti Tertung, Mungguk Bantok, Teluk Kelansam, Tanjung Kelansam, Anggah Jaya, Lalang Baru, Tebing Jaya, Kebiau Baru, dan Batu Lalau. Meski sebagian besar dari wilayah ini tetap dapat dilalui sepanjang tahun, namun dalam kondisi tertentu, seperti musim hujan, akses kendaraan roda empat dapat terganggu. Hal ini menunjukkan tantangan dalam mobilitas, terutama bagi distribusi barang, pelayanan publik, dan aktivitas ekonomi.

Sementara itu, terdapat pula beberapa desa/kelurahan seperti Mail Jampong dan Mengkurai yang memiliki jalan diperkeras (bukan aspal/beton) namun masih bisa diakses oleh kendaraan roda empat hampir sepanjang tahun. Data ini menegaskan perlunya peningkatan kualitas infrastruktur jalan di wilayah dengan akses terbatas guna mendukung pemerataan pembangunan dan pelayanan di seluruh Kecamatan Sintang.

Tabel. 4.4.
Infrastruktur Jalan di Kecamatan Sintang

No	Desa/Kelurahan	Jenis Permukaan Jalan Darat Terluas	Dapat Dilalui Kendaraan Bermotor Roda 4 atau Lebih
1	Tertung	Tanah	Sepanjang tahun kecuali saat tertentu
2	Mungguk Bantok	Tanah	Sepanjang tahun

No	Desa/Kelurahan	Jenis Permukaan Jalan Darat Terluas	Dapat Dilalui Kendaraan Bermotor Roda 4 atau Lebih
3	Tanjung Puri	Aspal/beton	Sepanjang tahun
4	Baning Kota	Aspal/beton	Sepanjang tahun
5	Ladang	Aspal/beton	Sepanjang tahun
6	Kapuas Kanan Hulu	Aspal/beton	Sepanjang tahun
7	Kapuas Kanan Hilir	Aspal/beton	Sepanjang tahun
8	Kapuas Kiri Hilir	Aspal/beton	Sepanjang tahun
9	Kapuas Kiri Hulu	Aspal/beton	Sepanjang tahun
10	Teluk Kelansam	Tanah	Sepanjang tahun kecuali saat tertentu
11	Sungai Ana	Aspal/beton	Sepanjang tahun
12	Merti Guna	Aspal beton	Sepanjang tahun
13	Tanjung Kelansam	Tanah	Sepanjang tahun kecuali saat tertentu
14	Anggah Jaya	Tanah	Sepanjang tahun kecuali saat tertentu
15	Lalang Baru	Tanah	Sepanjang tahun kecuali saat tertentu
16	Tebing Jaya	Tanah	Sepanjang tahun kecuali saat tertentu
17	Mail Jampong	Diperkeras	Sepanjang tahun kecuali saat tertentu
18	Jerora Satu	Aspal/beton	Sepanjang tahun
19	Kebiau Baru	Tanah	Sepanjang tahun kecuali saat tertentu
20	Akcaya	Aspal/beton	Sepanjang tahun
21	Alai	Aspal/beton	Sepanjang tahun
22	Ulak Jaya	Aspal/beton	Sepanjang tahun
23	Menyumbung Tengah	Aspal/beton	Sepanjang tahun
24	Batu Lalau	Tanah	Sepanjang tahun kecuali saat tertentu
25	Mekar Jaya	Aspal/beton	Sepanjang tahun kecuali saat tertentu
26	Sengkuang	Aspal/beton	Sepanjang tahun
27	Rawa Mambok	Aspal/beton	Sepanjang tahun

No	Desa/Kelurahan	Jenis Permukaan Jalan Darat Terluas	Dapat Dilalui Kendaraan Bermotor Roda 4 atau Lebih
28	Mengkurai	Diperkeras	Sepanjang tahun
29	Kedabang	Aspal/beton	Sepanjang tahun

Sumber: Kecamatan Sintang Dalam Angka 2024

Berdasarkan data prasarana dan sarana transportasi di Kecamatan Sintang tahun 2021, desa/kelurahan yang memiliki jenis prasarana transportasi lengkap (darat dan air) antara lain adalah Tertung**,** Ladang**,** Kapuas Kiri Hilir**,** Kapuas Kiri Hulu**,** Teluk Kelansam**,** dan Tebing Jaya. Namun, tidak semuanya dilengkapi dengan angkutan umum. Hanya beberapa seperti Ladang**,** Sungai Ana, dan Tebing Jaya yang memiliki angkutan umum dengan trayek tetap**,** menunjukkan keterpaduan sistem transportasi yang lebih baik.

Sementara itu, Kelurahan Baning Kota**,** Tanjung Puri**,** Kapuas Kanan Hulu**,** dan Desa Jerora Satu termasuk wilayah yang hanya memiliki prasarana transportasi darat namun didukung oleh angkutan umum dengan trayek tetap, yang menunjang aktivitas harian masyarakat, terutama dalam hal mobilitas ke pusat kota atau fasilitas umum lainnya.

Di sisi lain, masih banyak desa/kelurahan yang belum memiliki angkutan umum sama sekali, seperti Kelurahan Kapuas Kanan Hilir**,** Kapuas Kiri Hulu**,** Akcaya**,** Alai**,** dan Mengkurai**,** meskipun memiliki akses jalan darat. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam layanan transportasi publik yang dapat memengaruhi aksesibilitas warga terhadap pendidikan, kesehatan, dan ekonomi, serta pentingnya pengembangan layanan angkutan umum yang merata di seluruh wilayah Kecamatan Sintang.

Tabel 4.5
Prasarana dan Sarana Transportasi di Kecamatan Sintang Tahun 2021

No	Desa/Kelurahan	Jenis Prasarana Transportasi	Keberadaan Angkutan Umum
1	Tertung	Darat dan Air	Tidak ada angkutan umum
2	Mungguk Bantok	Darat dan Air	Ada, dengan trayek tetap
3	Tanjung Puri	Darat	Ada, dengan trayek tetap
4	Baning Kota	Darat	Ada, dengan trayek tetap
5	Ladang	Darat dan Air	Ada, dengan trayek tetap
6	Kapuas Kanan Hulu	Darat	Ada, dengan trayek tetap
7	Kapuas Kanan Hilir	Darat	Tidak ada angkutan umum
8	Kapuas Kiri Hilir	Darat dan Air	Tidak ada angkutan umum
9	Kapuas Kiri Hulu	Darat dan Air	Tidak ada angkutan umum
10	Teluk Kelansam	Darat dan Air	Tidak ada angkutan umum
11	Sungai Ana	Darat dan Air	Ada, dengan trayek tetap
12	Merti Guna	Darat	Ada, dengan trayek tetap
13	Tanjung Kelansam	Darat dan Air	Tidak ada angkutan umum
14	Anggah Jaya	Darat dan Air	Tidak ada angkutan umum
15	Lalang Baru	Darat	Tidak ada angkutan umum
16	Tebing Jaya	Darat dan Air	Ada, dengan trayek tetap
17	Mail Jampong	Darat	Tidak ada angkutan umum
18	Jerora Satu	Darat	Ada, dengan trayek tetap
19	Kebiau Baru	Darat dan Air	Tidak ada angkutan umum
20	Akcaya	Darat	Tidak ada angkutan umum
21	Alai	Darat	Tidak ada angkutan umum
22	Ulak Jaya	Darat dan Air	Tidak ada angkutan umum
23	Menyumbung Tengah	Darat	Tidak ada angkutan umum
24	Batu Lalau	Darat	Ada, dengan trayek tetap

No	Desa/Kelurahan	Jenis Prasarana Transportasi	Keberadaan Angkutan Umum
25	Mekar Jaya	Darat	Tidak ada angkutan umum
26	Sengkuang	Darat	Ada, dengan trayek tetap
27	Rawa Mambok	Darat	Ada, dengan trayek tetap
28	Mengkurai	Darat	Tidak ada angkutan umum
29	Kedabang	Darat	Tidak ada angkutan umum

Sumber: Kecamatan Sintang Dalam Angka 2024

4.4.2. Akses Listrik, Air Bersih, dan Jaringan Telekomunikasi

Berdasarkan data akses terhadap listrik di Kecamatan Sintang tahun 2021, desa/kelurahan yang sudah cukup maksimal dalam penggunaan listrik dari Perusahaan Listrik Negara (PLN) adalah Kelurahan Kapuas Kanan Hulu dengan 2.965 pengguna, disusul oleh Kelurahan Baning Kota dan Tanjung Puri yang masing-masing memiliki lebih dari 2.000 pengguna. Hal ini mencerminkan ketersediaan infrastruktur listrik yang baik serta kepadatan penduduk yang tinggi di wilayah tersebut.

Sementara itu, desa/kelurahan dengan dominan pengguna listrik non-PLN adalah Tanjung Kelansam (159 pengguna non-PLN), Batu Lalau (115), dan Lalang Baru (103), yang menandakan keterbatasan akses terhadap jaringan listrik PLN dan ketergantungan pada sumber listrik alternatif seperti genset atau panel surya. Kondisi ini umum terjadi di daerah yang terpencil atau belum terjangkau jaringan listrik utama.

Di sisi lain, desa/kelurahan dengan pengguna listrik paling sedikit adalah Kebiau Baru (80 pengguna), Lalang Baru (186), dan Mail Jampong (104), dengan Kebiau Baru juga mencatatkan angka bukan pengguna listrik tertinggi (34 rumah tangga). Hal ini menunjukkan masih adanya kesenjangan energi yang perlu mendapat perhatian, agar seluruh warga dapat menikmati layanan listrik secara adil dan merata sebagai bagian dari kebutuhan dasar.

Tabel 4.6.
Data Pengguna Listrik Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Sintang Tahun 2021

No	Desa/Kelurahan	Pengguna Listrik			Bukan Pengguna
		PLN	Non-PLN	Jumlah	
1	Tertung	319	-	319	-
2	Mungguk Bantok	171	-	171	-
3	Tanjung Puri	2.303	-	2.303	-
4	Baning Kota	2.598	-	2.598	-
5	Ladang	1.380	-	1.380	-
6	Kapuas Kanan Hulu	2.965	-	2.965	-
7	Kapuas Kanan Hilir	1.610	-	1.610	-
8	Kapuas Kiri Hilir	321	-	321	-
9	Kapuas Kiri Hulu	392	3	395	76
10	Teluk Kelansam	115	85	200	-
11	Sungai Ana	1.079	-	1.079	-
12	Merti Guna	957	-	957	-
13	Tanjung Kelansam	-	159	159	-
14	Anggah Jaya	211	-	211	-
15	Lalang Baru	83	103	186	-
16	Tebing Jaya	151	-	151	-
17	Mail Jampong	104	0	104	2
18	Jerora Satu	438	-	438	-
19	Kebiau Baru	80	-	80	34
20	Akcaya	617	-	617	2
21	Alai	674	-	674	-
22	Ulak Jaya	548	-	548	-
23	Menyumbung Tengah	621	-	621	-

No	Desa/Kelurahan	Pengguna Listrik			Bukan Pengguna
		PLN	Non-PLN	Jumlah	
24	Batu Lalau	-	115	115	-
25	Mekar Jaya	332	-	332	-
26	Sengkuang	1.105	-	1.105	-
27	Rawa Mambok	717	-	717	-
28	Mengkurai	720	-	720	-
29	Kedabang	294	-	294	-
Kecamatan Sintang		**20.905**	**465**	**21.370**	**114**

Sumber: Kecamatan Sintang Dalam Angka 2024

Berdasarkan data pada tabel di bawah, desa/kelurahan yang sudah cukup maksimal dalam ketersediaan jumlah menara dan operator layanan komunikasi adalah Kelurahan Kapuas Kanan Hulu, yang memiliki 7 menara dan 4 operator layanan. Selain itu, Kelurahan Baning Kota**,** Jerora Satu**,** Akcaya, dan Alai juga menonjol karena memiliki jumlah operator terbanyak (5 operator) meskipun menara yang tersedia tidak sebanyak Kelurahan Kapuas Kanan Hulu. Keunggulan infrastruktur ini mendukung konektivitas dan akses informasi yang lebih luas bagi.

Sebaliknya, desa/kelurahan yang belum maksimal dalam aspek telekomunikasi ditandai dengan tidak adanya menara telepon seluler namun tetap memiliki jumlah operator layanan yang terbatas, seperti Tertung**,** Mungguk Bantok**,** Tanjung Kelansam, dan Mail Jampong. Meskipun terdapat operator, absennya menara mengindikasikan keterbatasan dalam jangkauan dan kualitas sinyal, yang dapat memengaruhi akses masyarakat terhadap komunikasi digital dan internet.

Tabel 4.7
Jaringan Telekomunikasi di Kecamatan Sintang Tahun 2021

No	Desa/Kelurahan	Jumlah Menara Telepon Seluler	Jumlah Operator Layanan Komunikasi Telepon Seluler
1	Tertung	-	3
2	Mungguk Bantok	-	2
3	Tanjung Puri	-	5
4	Baning Kota	2	5
5	Ladang	-	4
6	Kapuas Kanan Hulu	7	4
7	Kapuas Kanan Hilir	1	4
8	Kapuas Kiri Hilir	1	4
9	Kapuas Kiri Hulu	1	4
10	Teluk Kelansam	1	2
11	Sungai Ana	2	3
12	Merti Guna	3	4
13	Tanjung Kelansam	-	3
14	Anggah Jaya	-	3
15	Lalang Baru	-	4
16	Tebing Jaya	-	2
17	Mail Jampong	-	3
18	Jerora Satu	2	5
19	Kebiau Baru	-	3
20	Akcaya	1	5
21	Alai	1	5
22	Ulak Jaya	2	4
23	Menyumbung Tengah	1	4
24	Batu Lalau	-	2

No	Desa/Kelurahan	Jumlah Menara Telepon Seluler	Jumlah Operator Layanan Komunikasi Telepon Seluler
25	Mekar Jaya	-	4
26	Sengkuang	-	4
27	Rawa Mambok	3	4
28	Mengkurai	2	2
29	Kedabang	-	2
Kecamatan Sintang		**30**	**103**

Sumber: Kecamatan Sintang Dalam Angka 2024

Berdasarkan data kekuatan sinyal dan akses internet telepon seluler di Kecamatan Sintang tahun 2021, sejumlah desa/kelurahan menunjukkan keunggulan dalam infrastruktur komunikasi. Desa/kelurahan yang sudah unggul dalam akses komunikasi ditandai oleh keberadaan sinyal sangat kuat dan jaringan 4G/LTE, seperti Ladang**,** Kapuas Kanan Hulu**,** Kapuas Kanan Hilir**,** Kapuas Kiri Hilir**,** Sengkuang, dan Ulak Jaya. Wilayah-wilayah ini memiliki potensi lebih dalam pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pendidikan, usaha, dan pelayanan publik.

Sementara itu, desa/kelurahan tidak unggul dalam aspek komunikasi di antaranya Tertung**,** Tanjung Kelansam**,** Tebing Jaya**,** Mail Jampong**,** Kebiau Baru, dan Kedabang, yang masih mengalami sinyal lemah dengan jenis jaringan terbatas seperti 2.5G (GPRS/EDGE) atau 3G. Kondisi ini dapat menghambat akses masyarakat terhadap layanan digital, informasi, dan komunikasi yang semakin krusial di era modern. Perbedaan kualitas jaringan ini menandakan perlunya pemerataan infrastruktur telekomunikasi agar seluruh wilayah di Kecamatan Sintang dapat menikmati manfaat transformasi digital secara adil dan merata. Pemerintah daerah bersama penyedia layanan perlu menaruh perhatian khusus untuk memperkuat konektivitas di wilayah yang tertinggal.

Tabel 4.8.
Akses Komunikasi Telepon Seluler dan Internet di Kecamatan Sintang Tahun 2021

No	Desa/Kelurahan	Kekuatan Sinyal Telepon Seluler	Jenis Sinyal Internet Telepon Seluler
1	Tertung	Sinyal lemah	3G/H/H+/EVDO
2	Mungguk Bantok	Sinyal lemah	4G/LTE
3	Tanjung Puri	Sinyal kuat	4G/LTE
4	Baning Kota	Sinyal kuat	4G/LTE
5	Ladang	Sinyal sangat kuat	4G/LTE
6	Kapuas Kanan Hulu	Sinyal sangat kuat	4G/LTE
7	Kapuas Kanan Hilir	Sinyal sangat kuat	4G/LTE
8	Kapuas Kiri Hilir	Sinyal sangat kuat	4G/LTE
9	Kapuas Kiri Hulu	Sinyal kuat	4G/LTE
10	Teluk Kelansam	Sinyal kuat	4G/LTE
11	Sungai Ana	Sinyal kuat	4G/LTE
12	Merti Guna	Sinyal kuat	4G/LTE
13	Tanjung Kelansam	Sinyal lemah	3G/H/H+/EVDO
14	Anggah Jaya	Sinyal kuat	3G/H/H+/EVDO
15	Lalang Baru	Sinyal lemah	4G/LTE
16	Tebing Jaya	Sinyal lemah	2,5G/E/GPRS
17	Mail Jampong	Sinyal lemah	2,5G/E/GPRS
18	Jerora Satu	Sinyal kuat	4G/LTE
19	Kebiau Baru	Sinyal lemah	2,5G/E/GPRS
20	Akcaya	Sinyal kuat	4G/LTE
21	Alai	Sinyal kuat	4G/LTE
22	Ulak Jaya	Sinyal sangat kuat	4G/LTE
23	Menyumbung Tengah	Sinyal kuat	4G/LTE

No	Desa/Kelurahan	Kekuatan Sinyal Telepon Seluler	Jenis Sinyal Internet Telepon Seluler
24	Batu Lalau	Sinyal lemah	3G/H/H+/EVDO
25	Mekar Jaya	Sinyal kuat	4G/LTE
26	Sengkuang	Sinyal sangat kuat	4G/LTE
27	Rawa Mambok	Sinyal kuat	4G/LTE
28	Mengkurai	Sinyal kuat	4G/LTE
29	Kedabang	Sinyal lemah	3G/H/H+/EVDO

Sumber: Kecamatan Sintang Dalam Angka 2024

4.4.3. Akses Pasar dan Pusat Distribusi Ekonomi

Berdasarkan data akses pasar di Kecamatan Sintang tahun 2021, beberapa desa/kelurahan menunjukkan kemudahan terhadap akses pasar dalam keberadaan fasilitas perdagangan. Kelurahan tersebut meliputi Kelurahan Kapuas Kanan Hulu dengan jumlah pertokoan dan pasar sebanyak 8 tempat**,** Baning Kota berjumlah 9 tempat**,** dan Ladang berjumlah 8 tempat serta Kelurahan Tanjung Puri karena memiliki kombinasi antara 3 pertokoan dan 3 pasar dengan bangunan permanen 1 pasar semi permanen, yang mencerminkan aktivitas ekonomi yang cukup. Sebaliknya, terdapat beberapa desa/kelurahan seperti Tertung**,** Mungguk Bantok**,** Kapuas Kiri Hulu**,** Teluk Kelansam**,** Mail Jampong**,** Kedabang**,** dan lainnya termasuk dalam wilayah yang kesulitan terhadap akses pasar karena tidak memiliki fasilitas pasar maupun kelompok pertokoan sama sekali.

Tabel 4.9.
Akses Pasar Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Sintang Tahun 2021

No	Desa/Kelurahan	Kelompok Pertokoan	Pasar dengan Bangunan Permanen	Pasar dengan Bangunan Semi Permanen
1	Tertung	-	-	-
2	Mungguk Bantok	-	-	-

No	Desa/Kelurahan	Kelompok Pertokoan	Pasar dengan Bangunan Permanen	Pasar dengan Bangunan Semi Permanen
3	Tanjung Puri	3	4	1
4	Baning Kota	9	-	-
5	Ladang	8	-	-
6	Kapuas Kanan Hulu	6	2	-
7	Kapuas Kanan Hilir	1	1	-
8	Kapuas Kiri Hilir	-	-	-
9	Kapuas Kiri Hulu	-	-	-
10	Teluk Kelansam	-	-	-
11	Sungai Ana	1	1	-
12	Merti Guna	-	-	1
13	Tanjung Kelansam	-	-	-
14	Anggah Jaya	-	-	-
15	Lalang Baru	-	-	-
16	Tebing Jaya	-	-	-
17	Mail Jampong	-	-	-
18	Jerora Satu	1	-	-
19	Kebiau Baru	-	-	-
20	Akcaya	-	-	-
21	Alai	2	1	1
22	Ulak Jaya	-	-	-
23	Menyumbung Tengah	-	1	-
24	Batu Lalau	-	-	-
25	Mekar Jaya	-	-	-
26	Sengkuang	2	-	-
27	Rawa Mambok	-	-	-

No	Desa/Kelurahan	Kelompok Pertokoan	Pasar dengan Bangunan Permanen	Pasar dengan Bangunan Semi Permanen
28	Mengkurai	-	-	-
29	Kedabang	-	-	-
Kecamatan Sintang		**33**	**10**	**3**

Sumber: Kecamatan Sintang Dalam Angka 2024

Berdasarkan data fasilitas layanan pos dan ekspedisi di Kecamatan Sintang, terlihat adanya ketimpangan distribusi antar desa/kelurahan. Kelurahan Baning Kota, Tanjung Puri, Kapuas Kanan Hulu, Alai dan Mengkurai merupakan wilayah dominan karena memiliki fasilitas yang lengkap atau sebagian besar beroperasi, seperti kantor pos, pos keliling, dan agen jasa ekspedisi swasta. Wilayah-wilayah ini mencerminkan pusat aktivitas ekonomi dan pelayanan publik yang lebih berkembang dibandingkan desa lainnya.

Sementara itu, sebagian besar desa/kelurahan di Kecamatan Sintang, seperti Tertung, Mungguk Bantok, Kapuas Kiri Hulu, Teluk Kelansam, dan Tanjung Kelansam, tergolong tidak dominan karena sama sekali tidak memiliki fasilitas layanan pos maupun jasa ekspedisi. Ketidakhadiran layanan tersebut mengindikasikan keterbatasan aksesibilitas masyarakat terhadap layanan logistik dan komunikasi, yang dapat berdampak pada lambatnya arus barang, informasi, dan perkembangan ekonomi lokal.

Tabel 4.10.
Data Kantor Pos, Pos Keliling, dan Perusahaan/Agen Jasa Ekspedisi Swasta di Kecamatan Sintang Tahun 2021

No	Desa/Kelurahan	Kantor Pos/Pos Pembantu/Rumah Pos	Pos Keliling	Perusahaan/Agen Jasa Ekspedisi Swasta
1	Tertung	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada

No	Desa/Kelurahan	Kantor Pos/Pos Pembantu/Rumah Pos	Pos Keliling	Perusahaan/Agen Jasa Ekspedisi Swasta
2	Mungguk Bantok	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
3	Tanjung Puri	Beroperasi	Ada	Beroperasi
4	Baning Kota	Beroperasi	Ada	Beroperasi
5	Ladang	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
6	Kapuas Kanan Hulu	Beroperasi	Tidak ada	Beroperasi
7	Kapuas Kanan Hilir	Tidak ada	Tidak ada	Beroperasi
8	Kapuas Kiri Hilir	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
9	Kapuas Kiri Hulu	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
10	Teluk Kelansam	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
11	Sungai Ana	Tidak ada	Ada	Tidak ada
12	Merti Guna	Tidak ada	Ada	Beroperasi
13	Tanjung Kelansam	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
14	Anggah Jaya	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
15	Lalang Baru	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
16	Tebing Jaya	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
17	Mail Jampong	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
18	Jerora Satu	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
19	Kebiau Baru	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
20	Akcaya	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
21	Alai	Tidak ada	Ada	Beroperasi
22	Ulak Jaya	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
23	Menyumbung Tengah	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
24	Batu Lalau	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
25	Mekar Jaya	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
26	Sengkuang	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada

No	Desa/Kelurahan	Kantor Pos/Pos Pembantu/Rumah Pos	Pos Keliling	Perusahaan/Agen Jasa Ekspedisi Swasta
27	Rawa Mambok	Tidak ada	Tidak ada	Beroperasi
28	Mengkurai	Beroperasi	Tidak ada	Beroperasi
29	Kedabang	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada

Sumber: Kecamatan Sintang Dalam Angka 2024

4.5. KEBIJAKAN PEMBANGUNAN & DUKUNGAN PEMERINTAH DAERAH

4.5.1. RPJMD atau Program yang Relevan

Berdasarkan dokumen RPJMD Kabupaten Sintang Tahun 2021–2026 dan Rancangan Akhir RKPD Kabupaten Sintang Tahun 2024, terdapat sejumlah program pemerintah yang relevan dengan pengembangan produk unggulan daerah, khususnya di Kecamatan Sintang. Program-program ini didesain untuk memperkuat basis ekonomi lokal, meningkatkan nilai tambah produk daerah, dan memberdayakan pelaku usaha kecil serta menengah.

Dalam dokumen RPJMD, pengembangan potensi lokal dan produk unggulan ditetapkan sebagai bagian dari strategi utama pembangunan ekonomi kerakyatan. Pemerintah Kabupaten Sintang berkomitmen untuk meningkatkan daya saing sektor unggulan seperti pertanian, perkebunan, perikanan, dan industri kecil menengah (IKM). Ini tercermin dalam program hilirisasi produk unggulan melalui pembangunan pusat pengolahan hasil pertanian dan perkebunan, serta pelatihan dan pendampingan teknis bagi pelaku UMKM dan IKM. Terdapat juga strategi untuk memperluas akses pasar melalui promosi produk lokal dan penyediaan infrastruktur penunjang seperti jalan produksi dan pasar rakyat

Sementara itu, dalam RKPD Tahun 2024, arah kebijakan pembangunan daerah tetap fokus pada peningkatan nilai tambah ekonomi melalui penguatan sektor unggulan berbasis lokal. Program prioritas meliputi:

1. Pengembangan Kapasitas Pelaku UMKM;
2. Peningkatan Kualitas Dan Kuantitas Produk Lokal;
3. Dukungan Pembiayaan Dan Kemudahan Perizinan Usaha; Serta
4. Digitalisasi Promosi Dan Pemasaran Produk Lokal Melalui Platform Daring.

Program-program ini sangat relevan untuk Kecamatan Sintang yang memiliki konsentrasi UMKM tertinggi di kabupaten, dengan ragam usaha yang potensial menjadi produk unggulan daerah seperti kerajinan tangan, olahan makanan lokal, dan hasil perkebunan rakyat.

Secara keseluruhan, sinergi antara dokumen RPJMD dan RKPD menunjukkan fokus yang konsisten terhadap pembangunan ekonomi berbasis potensi lokal dan pemberdayaan masyarakat. Kecamatan Sintang sebagai pusat aktivitas ekonomi di kabupaten, menjadi titik strategis implementasi berbagai program ini. Pemerintah juga menempatkan penguatan kelembagaan koperasi dan perluasan jejaring usaha sebagai langkah pendukung dalam menciptakan ekosistem usaha yang lebih berkelanjutan.

4.5.2. Kebijakan Sektor Pertanian, UMKM, Pariwisata, dan Lingkungan

Berdasarkan dokumen RPJMD Kabupaten Sintang 2021–2026, RKPD 2024, dan Kecamatan Sintang dalam Angka 2024, terdapat beberapa kebijakan pemerintah Kabupaten Sintang yang relevan terhadap pengembangan produk unggulan daerah di sektor pertanian, UMKM, pariwisata, dan lingkungan, khususnya di Kecamatan Sintang sebagai berikut:

1. Sektor Pertanian

   Pemerintah Kabupaten Sintang menetapkan pertanian sebagai sektor dominan dalam struktur ekonomi daerah. Komoditas unggulan yang dikembangkan meliputi padi, hortikultura (sayuran dan palawija), serta

perkebunan seperti kelapa sawit, karet, dan kelapa dalam. Namun, terdapat permasalahan seperti pergeseran usaha petani ke sektor perkebunan, tingginya biaya produksi, dan minimnya sarana prasarana wilayah. Untuk itu, kebijakan diarahkan pada pengembangan sistem pasar pertanian terpadu, pemanfaatan teknologi informasi, serta peningkatan infrastruktur pertanian.

2. Sektor UMKM

   Dalam *RKPD 2024*, penguatan UKM menjadi prioritas melalui penciptaan ekonomi inklusif, pembangunan *technopark* perikanan, serta pusat inovasi dan budaya batik daerah. Pemerintah juga mendorong peningkatan layanan perizinan usaha secara terpadu, agar UMKM dan sektor informal dapat bertransformasi menjadi usaha formal yang mudah mengakses kredit. Selain itu, revitalisasi pasar tradisional dan pemberdayaan usaha kecil menjadi bagian dari strategi meningkatkan daya saing produk lokal.

3. Sektor Pariwisata dan Lingkungan

   Kabupaten Sintang memiliki potensi pariwisata alam seperti Bukit Kelam, Danau Jemelak, dan Hutan Wisata Baning yang dapat dikembangkan menjadi destinasi ekowisata unggulan. Tantangan utama sektor ini adalah keterbatasan infrastruktur dan promosi. Kebijakan diarahkan pada pengembangan objek wisata, peningkatan sarana dan prasarana, serta penguatan sinergi antar sektor. Di sisi lain, sektor lingkungan hidup diintegrasikan dalam kebijakan pembangunan berkelanjutan melalui pelibatan perusahaan dalam program CSR dan pengelolaan sumber daya alam secara lestari. Kebijakan-kebijakan tersebut saling terkait dan menjadi landasan penting bagi pengembangan produk unggulan daerah di Kecamatan Sintang yang berbasis potensi lokal dan berkelanjutan.

4.5.3. Lembaga Pendukung (Koperasi/BUMDes/Kelompok Tani)

Berdasarkan dokumen RKPD 2024, RPJMD Kabupaten Sintang 2021-2026, dan publikasi Kecamatan Sintang Dalam Angka 2024, berikut adalah lembaga-lembaga pendukung pengembangan produk unggulan daerah di Kecamatan Sintang.

1. Koperasi

   Dalam dokumen RKPD Kabupaten Sintang, koperasi diakui sebagai pilar penting penggerak ekonomi kerakyatan. Tercatat bahwa jumlah koperasi aktif di Kabupaten Sintang mencapai 131 unit, dengan persebaran dominan di wilayah perkotaan termasuk Kecamatan Sintang. Pemerintah melalui Dinas Perindagkop UKM mendukung koperasi melalui program pelatihan manajemen koperasi, penguatan kelembagaan, serta bantuan permodalan. Hal ini diarahkan untuk mengintegrasikan peran koperasi dalam rantai pasok produk unggulan seperti hasil pertanian, kerajinan, dan makanan olahan.

2. Kelompok Tani (Poktan)

   Dalam sektor pertanian, kelompok tani (Poktan) berperan besar sebagai pelaksana utama program intensifikasi dan diversifikasi pertanian. Di dokumen RPJMD dan RKPD disebutkan bahwa kelompok tani menjadi sasaran dalam program penyuluhan, bantuan alat mesin pertanian, serta penyaluran benih unggul dan pupuk bersubsidi. Kecamatan Sintang, sebagai daerah yang juga memiliki sektor pertanian cukup aktif (padi sawah, hortikultura, dan tanaman palawija), sangat terbantu oleh keberadaan kelompok tani dalam memaksimalkan produktivitas dan kualitas produk unggulan daerah.

3. BUMDes dan Lembaga Ekonomi Desa

   Meskipun jumlah BUMDes yang aktif belum dirinci secara detail di dokumen kecamatan, RPJMD dan RKPD Kabupaten Sintang menyebutkan bahwa pemerintah desa didorong untuk mengoptimalkan peran BUMDes

dalam pengelolaan potensi ekonomi lokal, termasuk pengelolaan pasar desa, penggilingan padi, perdagangan hasil pertanian, hingga ekowisata. BUMDes berfungsi sebagai instrumen untuk mengembangkan produk unggulan berbasis desa serta memperluas jaringan distribusi dan pemasaran.

Secara keseluruhan, penguatan lembaga pendukung seperti koperasi, kelompok tani, dan BUMDes menjadi bagian integral dalam kebijakan pembangunan ekonomi daerah. Sinergi antarlembaga ini memperkuat posisi produk unggulan Kecamatan Sintang dalam menciptakan nilai tambah, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memperluas akses pasar baik di tingkat lokal maupun regional.

4.6. POTENSI DAN PROFIL PRODUK UNGGULAN KECAMATAN SINTANG

4.6.1. Identifikasi PUD Berdasarkan Keputusan Bupati

Produk Unggulan Daerah (PUD) adalah komoditas atau jasa yang memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif yang dikembangkan berdasarkan potensi lokal suatu daerah. PUD mencerminkan identitas dan kekuatan ekonomi lokal yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Produk ini biasanya dipilih karena memiliki keunikan, ketersediaan bahan baku, keterampilan masyarakat, dan peluang pasar yang besar, baik di tingkat nasional maupun internasional.

PUD diatur dalam berbagai regulasi, salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, yang menegaskan kewenangan pemerintah daerah dalam mengembangkan potensi unggulan wilayahnya. Selain itu, Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) Nomor 50 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah

menjadi dasar teknis dalam penentuan dan pengembangan PUD. Dalam Permendagri ini dijelaskan bahwa PUD harus berbasis pada sumber daya lokal, memiliki daya saing, dan berkelanjutan serta mampu menyerap tenaga kerja lokal. Menindaklanjuti dasar hukum yang mengatur di atas dalam rangka untuk melaksanakan ketentuan dari Pasal 2 Permendagri Nomor 9 Tahun 2014 tentang Pedoman Pengembangan PUD, Pemerintah Kabupaten Sintang menerbitkan regulasi melalui Keputusan Bupati Sintang Nomor 00.7/1727/BAPPEDA/2024 tentang Penetapan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Sintang yang ditetapkan pada tanggal 23 Desember 2024.

Berdasarkan Keputusan Bupati Sintang Nomor 000.7/1727/BAPPEDA/2024 tentang Penetapan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Sintang, terdapat banyak produk-produk usaha yang tentunya sudah termasuk dalam kategori unggulan daerah terutama yang berasal dari Kecamatan Sintang. Dari total 25 Produk Unggulan Daerah yang sudah terdaftar di Kabupaten Sintang, wilayah Kecamatan Sintang mendominasi dengan total produk usaha berjumlah 19 produk. Artinya dari produksi PUD Kabupaten Sintang 76 persen didominasi oleh para pelaku usaha yang berasal dari Kecamatan Sintang. Capain yang baik ini tentu akan semakin meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kecamatan Sintang serta membuka peluang besar Kabupaten Sintang dalam persaingan PUD dengan wilayah lainnya ke level daerah, nasional, bahkan manca negara.

Pengembangan PUD melibatkan peran aktif Pemerintah Daerah Kabupaten Sintang, pelaku usaha, dan masyarakat dalam satu ekosistem ekonomi yang terintegrasi. Pemerintah Kabupaten Sintang tentunya bertugas memfasilitasi infrastruktur, regulasi, pembiayaan, serta promosi dan pemasaran. Dengan strategi yang terencana dan kolaboratif, PUD yang dikelola oleh para pelaku usaha dapat menjadi pendorong utama dalam mewujudkan kemandirian ekonomi di Kabupaten Sintang khususnya di Kecamatan Sintang dan mendukung program

nasional seperti penguatan ekonomi berbasis wilayah dan pengembangan desa melalui pendekatan kewilayahan.

4.6.2. Profil Singkat Masing-masing Produk

Keputusan Bupati Sintang Nomor 000.7/1727/BAPPEDA/2024 tentang Penetapan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Sintang memuat sebagian besar produk-produk unggulan yang berasal dari Kecamatan Sintang. Berikut profil singkat dari masing-masing PUD di Kecamatan Sintang.

1. Abon Toman

   Abon Toman merupakan olahan makanan khas Sintang berbahan dasar ikan toman yang memiliki rasa gurih dan kaya protein. Diproduksi oleh Kelompok Simpang Raya di Jl. Kelam Tugu Beji, abon ini telah memiliki izin P-IRT, SNI, NIB, dan sertifikasi halal, menjadikannya layak konsumsi dan berdaya saing tinggi di pasar lokal maupun luar daerah.

2. Abon Lele

   Abon Lele merupakan hasil olahan ikan lele yang renyah dan lezat, dikembangkan oleh Kelompok Simpang Raya. Produk ini cocok sebagai lauk instan yang bergizi dan praktis, serta telah mengantongi sertifikasi halal dan izin resmi lainnya, menunjukkan komitmen terhadap kualitas dan keamanan pangan.

3. Madu Kelulut Kalimantan Barat

   Produk herbal alami ini berasal dari budidaya lebah kelulut yang menghasilkan madu berkhasiat tinggi. Diproduksi oleh UMKM Mekar Siip, madu kelulut ini tidak hanya menyehatkan tetapi juga menjadi alternatif pengobatan tradisional yang telah tersertifikasi halal dan berizin lengkap.

4. Popcorn Renyah

   Popcorn ini terbuat dari jagung hibrida lokal pilihan, menghasilkan rasa renyah dan gurih yang cocok untuk camilan. Diproduksi oleh UMKM

Mekar Siip, produk ini telah memiliki sertifikasi halal dan izin usaha yang menunjukkan kualitas dan kelayakannya sebagai jajanan khas daerah.

5. Rambak Kulit Sapi

   Rambak kulit sapi adalah camilan tradisional yang terbuat dari kulit sapi goreng dengan tekstur renyah. Diproduksi oleh UMKM Mekar Siip, rambak ini menjadi pilihan favorit masyarakat lokal dan telah mendapatkan izin P-IRT, SNI, NIB, serta halal.

6. Kerupuk Ikan

   Kerupuk Ikan dari UMKM Mekar Siip merupakan olahan berbasis ikan segar yang diolah menjadi camilan gurih dan ringan. Produk ini memiliki rasa khas dan cocok dikonsumsi semua kalangan dengan jaminan mutu yang didukung sertifikasi halal dan perizinan resmi.

7. Madu Lebah Hutan Borneo

   Diambil langsung dari hutan Kalimantan, madu ini memiliki cita rasa alami dan manfaat kesehatan yang tinggi. Diproduksi oleh UMKM Mekar Siip, produk ini termasuk dalam kategori herbal unggulan dengan legalitas lengkap dan jaminan keaslian.

8. Jagung Marning

   Jagung Marning adalah camilan tradisional yang diolah dari jagung hibrida lokal, memberikan cita rasa gurih dan renyah. Diproduksi oleh UMKM Mekar Siip, produk ini cocok sebagai oleh-oleh khas daerah dengan jaminan halal dan izin usaha lengkap.

9. Emping Jagung

   Emping jagung merupakan camilan berbahan jagung hibrida yang dikeringkan dan digoreng, menghasilkan rasa gurih dan renyah. Produk ini menjadi salah satu andalan UMKM Mekar Siip yang telah memenuhi standar mutu pangan.

10. Rengginang

Rengginang buatan UMKM Mekar Siip ini dibuat dari beras ketan yang dikeringkan dan digoreng, menghasilkan rasa khas nusantara. Produk ini menjadi bagian dari kuliner tradisional yang terus dilestarikan dengan jaminan halal dan izin produksi resmi.

11. Albumin (Albuneo)

    Albuneo adalah produk herbal berbahan dasar ikan gabus yang kaya albumin dan bermanfaat untuk pemulihan kesehatan. Diproduksi oleh PT. Semesta Sintang Lestari, produk ini telah bersertifikasi halal dan menjadi unggulan dalam kategori suplemen alami.

12. Merica Sangray

    Merica sangray merupakan bumbu dapur siap pakai berbahan lada lokal yang diolah oleh UMKM Kujau Indah. Produk ini menghadirkan rasa pedas alami khas lada dan menjadi pelengkap masakan yang praktis dengan legalitas resmi dan halal.

13. Kerupuk Amplang Ikan

    Kerupuk amplang ikan adalah camilan khas berbahan dasar ikan yang diolah dengan teknik khas Kalimantan. Diproduksi oleh UMKM Mekar Siip, produk ini memiliki rasa gurih yang kuat dan telah mendapatkan sertifikasi halal serta izin edar resmi.

14. Ketumbar Sangray

    Produk ini merupakan bumbu masakan berbahan ketumbar yang telah disangrai untuk menguatkan aroma dan rasa. Diproduksi oleh UMKM Kujau Indah, ketumbar sangray ini hadir dalam kemasan praktis dan siap pakai, dengan legalitas lengkap.

15. Ketumbar Bubuk

    Ketumbar bubuk dari UMKM Kujau Indah adalah versi instan dari ketumbar sangray, disajikan dalam bentuk serbuk untuk kemudahan memasak. Produk ini menjaga kualitas rasa dan aroma rempah serta telah bersertifikasi halal dan izin usaha.

16. Bisco (Biskuit Stunting)

    Bisco merupakan biskuit bergizi tinggi berbahan dasar ikan gabus, khusus diformulasikan untuk membantu penanganan stunting. Diproduksi oleh PT. Semesta Sintang Lestari, produk ini menjadi inovasi pangan fungsional lokal dengan dukungan izin resmi.

17. Madu Hitam (Madu Hutan)

    Madu hitam ini merupakan hasil alam dari hutan Kalimantan yang memiliki rasa pahit khas dan manfaat kesehatan tinggi. Dikelola oleh UMKM Restiana Purwa Ningrum, produk ini telah memiliki NIB dan sertifikasi halal.

18. Permen Rio Varian Buah Labu Perenggi

    Permen Rio adalah inovasi permen berbahan buah labu lokal yang unik dan menyegarkan, diproduksi oleh UMKM Rumah Produksi Rio. Produk ini menjadi pilihan oleh-oleh kreatif dan sehat dengan rasa khas buah tropis.

19. Sirup Belimbing Wuluh

    Sirup ini diolah dari buah belimbing wuluh yang memberikan rasa segar dan sedikit asam, cocok sebagai minuman khas tropis. Diproduksi oleh AMS di Sintang, produk ini telah mendapatkan P-IRT dan legalitas lainnya sebagai jaminan mutu konsumsi.

4.6.3. Sebaran Wilayah Produksi dan Aktor Terlibat

Produk Unggulan Daerah (PUD) di Kecamatan Sintang menunjukkan sebaran wilayah produksi yang cukup merata, dengan sentra utama berada di Kelurahan Akcata dan kawasan Jl. YC. Oevang Oeray serta sekitarnya. Wilayah-wilayah ini menjadi lokasi strategis pengembangan PUD karena kemudahan akses bahan baku lokal seperti ikan, jagung, dan madu hutan. Dalam proses produksinya, berbagai aktor terlibat secara aktif, mulai dari pelaku UMKM seperti UMKM Mekar Siip, Kujau Indah, dan Rumah Produksi Rio, hingga perusahaan seperti PT. Semesta Sintang Lestari yang memproduksi produk

berbasis herbal dan pangan fungsional. Keterlibatan kelompok usaha, pelaku individu, dan lembaga usaha ini menunjukkan adanya kolaborasi yang kuat antara masyarakat dan sektor swasta dalam menggerakkan ekonomi lokal melalui pemanfaatan potensi sumber daya alam dan budaya setempat. Berikut sebaran wilayah produksi dan para pelaku usaha yang disajikan pada tabel 4.11.

Tabel. 4.11.
Data Sebaran Wilayah Produksi dan Pengelola PUD di Kecamatan Sintang Tahun 2024

No	Nama Produk/Jenis	Alamat	Pengelola	Izin Usaha	Bahan Usaha
1.	Abon Toman/Makanan	Jl. Kelam Tugu Beji, Kel. Akcata, Kec. Sintang	Kelompok Simpang Raya M Waldi, Hp. 0813 4531 1541	P-IRT – SNI NIB Halal	Ikan Toman
2.	Abon Lele/Makanan	Jl. Kelam Tugu Beji, Kel. Akcata, Kec. Sintang	Kelompok Simpang Raya M Waldi, Hp. 0813 4531 1541	P-IRT – SNI NIB Halal	Ikan Lele
3.	Madu Kelulut Kalimantan Barat/Herbal	Jl. YC. Oevang Oeray Gg. Amat I Sintang	UMKM Mekar Siip Jeng Tini (Kartini) Hp. 0856 5219 8086	P-IRT – SNI NIB Halal	Madu Kelulut Budidaya
4.	Popcorn Renyah/Jajanan/Cemilan	Jl. YC. Oevang Oeray Gg. Amat I Sintang	UMKM Mekar Siip Jeng Tini (Kartini) Hp. 0856 5219 8086	P-IRT – SNI NIB Halal	Jagung Hibrida

No	Nama Produk/Jenis	Alamat	Pengelola	Izin Usaha	Bahan Usaha
5.	Rambak Kulit Sapi/Jajanan/Cemilan	Jl. YC. Oevang Oeray Gg. Amat I Sintang	UMKM Mekar Siip Jeng Tini (Kartini) Hp. 0856 5219 8086	P-IRT – SNI NIB Halal	Kulit Sapi
6.	Kerupuk Ikan/Jajanan/Cemilan	Jl. YC. Oevang Oeray Gg. Amat I Sintang	UMKM Mekar Siip Jeng Tini (Kartini) Hp. 0856 5219 8086	P-IRT – SNI NIB Halal	Ikan
7.	Madu Lebah Hutan Borneo/ Herbal	Jl. YC. Oevang Oeray Gg. Amat I Sintang	UMKM Mekar Siip Jeng Tini (Kartini) Hp. 0856 5219 8086	P-IRT – SNI NIB Halal	Herbal
8.	Jagung Marning/ Jajanan/ Cemilan	Jl. YC. Oevang Oeray Gg. Amat I Sintang	UMKM Mekar Siip Jeng Tini (Kartini) Hp. 0856 5219 8086	P-IRT – SNI NIB Halal	Jagung Hibrida
9.	Emping Jagung/ Jajanan/ Cemilan	Jl. YC. Oevang Oeray Gg. Amat I Sintang	UMKM Mekar Siip Jeng Tini (Kartini) Hp. 0856 5219 8086	P-IRT – SNI NIB Halal	Jagung Hibrida
10.	Renginang/ Jajanan/ Cemilan	Jl. YC. Oevang Oeray Gg. Amat I Sintang	UMKM Mekar Siip Jeng Tini (Kartini) Hp. 0856 5219 8086	P-IRT – SNI NIB Halal	Beras Ketan
11.	Albumin (Albuneo)/ Herbal	Jl. YC. Oevang Oeray Desa	PT. Semesta Sintang Lestari	P-IRT NIB	Ikan Gabus

No	Nama Produk/Jenis	Alamat	Pengelola	Izin Usaha	Bahan Usaha
		Sungai Ana, Kec. Sintang	(Radiman) Hp. 0813 4612 0151	Halal	
12.	Merica Sangray/ Bumbu Masak	Jl. YC. Oevang Oeray Gg. Amat I Sintang	UMKM Kujau Indah (Salman Nuha) Hp. 0895 0826 5021	P-IRT NIB Halal	Sahang/ Lada
13.	Kerupuk Amplang Ikan/ Jajanan/ Cemilan	Jl. YC. Oevang Oeray Gg. Amat I Sintang	UMKM Mekar Siip Jeng Tini (Kartini) Hp. 0856 5219 8086	P-IRT NIB Halal	Ikan
14.	Ketumbar Sangray/ Bumbu Masak	Jl. YC. Oevang Oeray Gg. Amat I Sintang	UMKM Kujau Indah (Salman Nuha) Hp. 0895 0826 5021	P-IRT NIB Halal	Ketumbar
15.	Ketumbar Bubuk/ Bumbu Masak	Jl. YC. Oevang Oeray Gg. Amat I Sintang	UMKM Kujau Indah (Salman Nuha) Hp. 0895 0826 5021	P-IRT NIB Halal	Ketumbar
16.	Bisco/ Biscuit Stunting	Jl. YC. Oevang Oeray Desa Sungai Ana, Kec. Sintang	PT. Semesta Sintang Lestari (Radiman) Hp. 0813 4612 0151	P-IRT NIB Halal	Ikan Gabus
17.	Madu Hitam (Madu Hutan)/ Obat Herbal	Jl. YC. Oevang Oeray, Gg. Hutan Wisata, Kec. Sintang	UMKM Restiana Purwa Ningrum Hp. 0823 5108 0428	NIB Halal	Madu Alam

No	Nama Produk/Jenis	Alamat	Pengelola	Izin Usaha	Bahan Usaha
18.	Permen Rio Varian Rasa Buah Labu Perenggi	Jl. YC. Oevang Oeray, No. 03/ RT.028/ RW.003 Baning Kota	UMKM Rumah Produksi Rio (Nina Martini) Hp. 0813 4536 3033	NIB Halal	Labu Perenggi
19.	Sirup Belimbing Wuluh/ Minuman	Jl. Pangeran Kuning No. 9 RT03/ RW.04 Sintang	AMS Hp. 0812 4102 1737	P-IRT NIB Halal	Belimbing Wuluh

Sumber: SK Bupati Sintang No.0007/1727/BAPPEDA/2024

BAB V

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN DAERAH

5.1. PENDEKATAN ANALISIS

Dalam merumuskan strategi pengembangan Produk Unggulan Daerah (PUD) Kabupaten Sintang, diperlukan kerangka analisis yang mampu melihat kekuatan internal, peluang eksternal, sekaligus persepsi para pemangku kepentingan. Pendekatan analisis yang digunakan dalam kajian ini menggabungkan tiga model strategis, yaitu VRIO Framework untuk menilai keunggulan kompetitif internal, Diamond Model Porter untuk memahami daya saing dalam konteks eksternal dan sistemik, serta Importance-Performance Analysis (IPA) untuk memetakan persepsi stakeholder terhadap kinerja dan prioritas pengembangan produk. Dengan kombinasi ketiga model ini, analisis tidak hanya menilai apakah produk unggulan memiliki potensi, tetapi juga sejauh mana potensi tersebut dapat dikembangkan secara berkelanjutan, ekonomis, dan inklusif.

5.1.1. Vrio Framework: Keunggulan Kompetitif Internal

VRIO adalah salah satu kerangka analisis strategis yang dikembangkan oleh Jay Barney (1991; 2001) dalam teori *Resource-Based View* (RBV). Kerangka ini digunakan untuk menilai apakah suatu sumber daya atau kapabilitas organisasi dapat menjadi keunggulan kompetitif berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*). VRIO merupakan akronim dari empat dimensi utama:

1. ***Value (V)*** → Apakah sumber daya/kapabilitas tersebut mampu memberikan nilai ekonomi, sosial, atau manfaat lain bagi organisasi dan pemangku kepentingan?
2. ***Rarity (R)*** → Apakah sumber daya/kapabilitas tersebut langka atau tidak banyak dimiliki oleh pesaing?

3. ***Imitability (I)*** → Apakah sumber daya/kapabilitas tersebut sulit ditiru oleh pesaing (karena faktor sejarah, budaya, atau kompleksitas sosial)?
4. ***Organization (O)*** → Apakah organisasi memiliki struktur, sistem, dan kebijakan yang mendukung pemanfaatan sumber daya/kapabilitas tersebut?

Menurut Barney (1991:106–107), apabila sebuah sumber daya memenuhi keempat kriteria VRIO secara lengkap, maka ia dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan (*sustained competitive advantage*). Namun bila hanya memenuhi sebagian, maka hasilnya bisa berupa *competitive parity* atau bahkan *disadvantage.*

Tabel 5.1
Ringkasan Hubungan VRIO & Posisi Bersaing

Dimensi VRIO	Hasil	Posisi Bersaing
Tidak Bernilai (Not Valuable)	Tidak memberi manfaat	***Competitive Disadvantage***
Bernilai (Valuable) tapi Tidak Langka (Not Rare)	Bisa diproduksi banyak pesaing	***Competitive Parity***
Bernilai & Langka (Valuable + Rare) tapi Mudah Ditiru	Keunggulan hanya sementara	***Temporary Competitive Advantage***
Bernilai + Langka + Sulit Ditiru + Terorganisir	Tidak bisa disaingi dalam jangka panjang	***Sustained Competitive Advantage***

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Sustained Competitive Advantage (Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan) adalah kondisi ketika suatu daerah memiliki sumber daya yang valuable (bernilai), rare (langka), inimitable (sulit ditiru), dan organized (terorganisir dengan baik). Dalam posisi ini, strategi yang dijalankan mampu menciptakan nilai yang tidak bisa diikuti oleh pesaing, sehingga keunggulan bisa bertahan

dalam jangka panjang (Barney, 1991). Contohnya, bila Sintang mampu mengembangkan Albumin Ikan Gabus dengan standar medis, teknologi ekstraksi, serta dukungan kelembagaan yang kuat, maka produk ini akan sulit disaingi daerah lain.

Competitive Parity (Kesetaraan Bersaing) terjadi ketika sumber daya memang valuable (bernilai), tetapi tidak rare (tidak langka). Kondisi ini membuat daerah tetap bisa bersaing, tetapi hanya pada tingkat yang sama dengan pesaing tanpa keunggulan khusus (Barney & Hesterly, 2019). Misalnya, jika banyak daerah lain juga memproduksi biskuit bergizi tanpa diferensiasi khusus, maka Bisco Sintang hanya akan berada pada posisi sejajar tanpa daya saing yang unik.

Competitive Disadvantage (Kerugian Bersaing) muncul ketika sumber daya yang dimiliki tidak bernilai (not valuable). Alih-alih memberi keuntungan, kondisi ini justru merugikan karena membuat organisasi tertinggal atau tidak efisien (Barney, 1991). Sebagai contoh, bila Bubuk Rangki tidak dikelola dengan baik—tidak ada standar mutu, pasar, maupun dukungan pemasaran—maka produk ini berisiko gagal berkembang dan hanya menjadi beban bagi pelaku usaha maupun daerah.

Tabel 5.2
Operasionalisasi VRIO PUD Albumin

NO	INDIKATOR VRIO	KETERANGAN
1	Value	Albumin bernilai tinggi karena punya fungsi medis (penyembuhan luka, terapi pasien pasca operasi, penambah nutrisi).
2	Rarity	Ekstrak albumin berbasis ikan gabus masih relatif jarang di pasar nasional, apalagi diproduksi lokal oleh daerah.

NO	INDIKATOR VRIO	KETERANGAN
3	Imitability	Proses ekstraksi albumin memerlukan teknologi, SDM, dan standar khusus, sehingga tidak mudah ditiru sembarang pihak.
4	Organization	Butuh dukungan kelembagaan (koperasi/UMKM/laboratorium + regulasi pemerintah) agar bisa dimanfaatkan secara optimal.

Tabel 5.3
Operasionalisasi VRIO PUD Bubuk Rangki

NO	INDIKATOR VRIO	KETERANGAN
1	Value	Punya nilai budaya & ekonomi, bisa jadi identitas kuliner khas Sintang sekaligus produk oleh-oleh.
2	Rarity	Karena berbasis tanaman lokal, rangki relatif terbatas di luar Sintang.
3	Imitability	Proses pengolahan bisa ditiru, tetapi rasa khas mungkin sulit diduplikasi tanpa bahan lokal.
4	Organization	Pelaku UMKM perlu didukung sertifikasi halal, BPOM, dan pemasaran agar bisa bersaing lebih luas.

Tabel 5.4
Operasionalisasi VRIO PUD Bisco (Biskuit Stunting)

NO	INDIKATOR VRIO	KETERANGAN
1	Value	Bisco memiliki nilai tinggi karena bukan sekadar produk pangan, tetapi juga intervensi gizi untuk

NO	INDIKATOR VRIO	KETERANGAN
		mengatasi stunting pada anak. Kandungan proteinnya dari ikan gabus/toman yang kaya albumin memberi manfaat kesehatan yang signifikan. Produk ini juga bernilai secara ekonomi karena bisa menjadi bagian dari pasar pangan sehat sekaligus mendukung program pemerintah di bidang kesehatan masyarakat.
2	Rarity	Formula biskuit berbasis ikan gabus/toman relatif jarang ditemui, terutama di tingkat daerah. Sebagian besar biskuit gizi di pasaran masih berbasis bahan nabati atau susu, sehingga Bisco Sintang punya karakter unik.
3	Imitability	Proses pembuatan biskuit gizi dengan ekstrak albumin tidak mudah ditiru tanpa riset, formula gizi, dan akses bahan baku yang berkelanjutan. Selain itu, aspek kepercayaan konsumen (trust) terkait manfaat kesehatan juga menambah hambatan imitasi.
4	Organization	Keberhasilan Bisco bergantung pada dukungan kelembagaan, seperti keterlibatan Dinas Kesehatan, UMKM lokal, sekolah, serta program posyandu. Tanpa koordinasi lintas sektor, nilai dan kelangkaan produk ini sulit dimaksimalkan.

5.1.2. *Diamond Model Porter:* Daya Saing Eksternal dan Sistemik

Diamond Model Porter dikembangkan oleh Michael E. Porter (1990) dalam bukunya The Competitive Advantage of Nations. Model ini menjelaskan mengapa suatu negara, daerah, atau industri dapat memiliki daya saing lebih tinggi dibanding yang lain. Porter menyebut bahwa daya saing tidak hanya ditentukan oleh faktor internal perusahaan/daerah, tetapi juga dipengaruhi oleh lingkungan eksternal yang membentuk "sistem persaingan." Diamond Model terdiri atas empat determinan utama:

1. ***Factor Conditions*** **(Kondisi Faktor) Basic factors:**

- Sumber daya alam, iklim, tenaga kerja tidak terampil.
- Advanced factors: teknologi, infrastruktur, SDM terdidik.
- Pertanyaan kunci: Apakah daerah punya faktor dasar dan lanjutan yang mendukung keunggulan?

2. ***Demand Conditions*** **(Kondisi Permintaan)**

- Semakin tinggi tuntutan pasar domestik (local demand sophistication), semakin kuat dorongan inovasi dan kualitas.
- Pertanyaan kunci: Apakah ada permintaan lokal/nasional yang mendorong kualitas produk?

3. ***Related and Supporting Industries*** **(Industri Pendukung dan Terkait)**

- Keberadaan industri pendukung (supplier, jasa distribusi, logistik, lembaga riset, perbankan, dsb.) memperkuat daya saing.
- Pertanyaan kunci: Apakah ada ekosistem industri yang mendukung keberlangsungan produk?

4. ***Firm Strategy, Structure, and Rivalry*** **(Strategi, Struktur, dan Persaingan)**

- Cara organisasi diatur, strategi yang dijalankan, dan tingkat persaingan lokal mendorong efisiensi dan inovasi.

- Pertanyaan kunci: Apakah pelaku usaha punya strategi yang jelas, kelembagaan yang baik, dan persaingan sehat untuk tumbuh?

Tabel 5.5
Operasionalisasi *Diamond Model Porter* PUD Albumin

NO	DIAMOND MODEL PORTER	KETERANGAN
1	Factor Conditions	Sintang punya potensi perairan sungai dan danau sebagai habitat gabus/toman, tapi butuh faktor lanjutan berupa teknologi ekstraksi albumin, laboratorium, dan tenaga ahli.
2	Demand Conditions	Permintaan albumin di rumah sakit dan industri farmasi tinggi, baik di pasar nasional maupun ekspor.
3	Related Industries	Industri farmasi, UMKM olahan ikan, laboratorium, dan distribusi kesehatan bisa jadi pendukung utama.
4	Firm Strategy & Rivalry	Saat ini masih terbatas, perlu strategi branding medis dan dukungan kelembagaan untuk masuk pasar luas.

Tabel 5.6
Operasionalisasi *Diamond Model Porter* PUD Bubuk Rangkie

NO	DIAMOND MODEL PORTER	KETERANGAN
1	Factor Conditions	Sintang memiliki bahan baku rangki yang khas dan bisa jadi identitas lokal. Tapi untuk naik kelas, perlu faktor lanjutan berupa teknologi pengeringan, blending, dan packaging modern agar bisa bersaing dengan produk sejenis.

NO	DIAMOND MODEL PORTER	KETERANGAN
2	Demand Conditions	Ada pasar lokal dan regional untuk bumbu instan/oleh-oleh khas. Namun permintaan ini juga dipengaruhi tren nasional di mana konsumen sudah terbiasa dengan produk kuat seperti Bon Cabe, Ladaku, atau merek besar lainnya. Artinya, daya saing bubuk rangki harus diarahkan pada segmen khusus (heritage food/kearifan lokal).
3	Related Industries	UMKM kuliner, koperasi, industri pariwisata, serta retail modern bisa jadi pendukung. Tapi akses ke pasar ritel besar masih terbatas, sehingga perlu kolaborasi dengan dinas terkait untuk membantu masuk ke jalur distribusi.
4	Firm Strategy & Rivalry	Persaingan bubuk rangki sangat ketat. Bukan hanya antar-UMKM lokal, tapi juga dengan produk nasional yang sudah mapan dan punya brand kuat. Tanpa diferensiasi (misalnya menonjolkan identitas lokal, organik, atau narasi khas Sintang), bubuk rangki akan sulit menembus pasar yang sudah didominasi oleh pemain besar.

Tabel 5.7

Operasionalisasi Diamond Model Porter PUD BISCO

NO	DIAMOND MODEL PORTER	KETERANGAN
1	Factor Conditions	Sintang punya bahan baku ikan gabus/toman, tetapi butuh faktor lanjutan berupa teknologi pengolahan pangan bergizi, riset kandungan gizi, dan uji klinis.
2	Demand Conditions	Permintaan kuat dari program pemerintah (pencegahan stunting), serta potensi pasar keluarga muda yang peduli gizi anak.
3	Related Industries	Dinas Kesehatan, posyandu, sekolah, UMKM pangan, lembaga gizi, serta CSR perusahaan.
4	Firm Strategy & Rivalry	Jika diformulasikan dengan baik dan masuk dalam program pemerintah, strategi distribusi Bisco bisa unggul. Persaingan dengan produk biskuit gizi lain tetap ada, tapi basis albumin memberi diferensiasi.

5.2. ANALISIS PUD: ALBUNEO (ALBUMIN IKAN GABUS)

5.2.1. Sumber Daya Manusia Riset dan Inovasi

1. Analisis *Value* ALBUNEO (Albumin Ikan Gabus)

Produk Albuneo yang dikembangkan oleh PT Semestar Sintang Lestari memiliki nilai yang sangat tinggi, baik dari sisi kesehatan maupun ekonomi daerah. Dari perspektif kesehatan, Albuneo terbukti memberikan manfaat signifikan bagi pasien dengan kondisi medis tertentu. Albumin yang terkandung dalam ikan gabus berfungsi sebagai nutrisi penting untuk mempercepat proses penyembuhan luka, meningkatkan daya tahan tubuh, serta mendukung pemulihan pasien pasca operasi. Pengalaman penggunaannya pada pasien

diabetes yang mengalami luka kronis dan ibu pasca operasi sesar menunjukkan bahwa Albuneo mampu mempercepat pemulihan dalam waktu relatif singkat. Hal ini membuktikan bahwa produk ini memiliki nilai fungsional yang tinggi dan dapat berkontribusi dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Dari sisi ekonomi, Albuneo menawarkan margin keuntungan yang sangat besar dibandingkan dengan produk unggulan lainnya. Dengan biaya produksi per botol sekitar Rp40.000, produk ini dapat dijual hingga Rp120.000–150.000. Skema harga tersebut menciptakan ruang keuntungan tiga kali lipat yang sangat menjanjikan bagi pengusaha maupun distributor. Keunggulan ekonomi ini berimplikasi pada peningkatan potensi penyerapan tenaga kerja, peningkatan aktivitas ekonomi lokal, serta kontribusi pada pertumbuhan UMKM di Kabupaten Sintang.

Permintaan pasar terhadap Albuneo juga menunjukkan potensi yang kuat. Produk ini telah menarik perhatian berbagai pihak, termasuk tenaga kesehatan, bidan, serta instansi pemerintah yang melihat manfaatnya sebagai pendukung pengobatan dan pemulihan pasien. Meskipun distribusinya masih terbatas karena belum memiliki izin edar resmi dari BPOM, tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk ini relatif tinggi. Keberadaan permintaan dari sektor kesehatan, ditambah dengan harga jual yang kompetitif, menjadikan Albuneo sebagai produk yang bernilai tinggi dan memiliki prospek besar untuk berkembang ke pasar yang lebih luas, baik regional maupun nasional.

Selain nilai medis dan ekonomi, Albuneo juga memberikan kontribusi sosial yang penting. Usaha ini mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal, terutama dengan melibatkan kelompok perempuan sebagai tenaga kerja utama dalam proses produksi. Di sisi lain, pembudidaya ikan gabus dan toman yang sebelumnya hanya memanfaatkan hasil tangkapan untuk konsumsi rumah tangga, kini memiliki peluang baru untuk menjual hasil budidaya mereka ke produsen Albuneo. Hal ini secara langsung membuka akses pendapatan tambahan dan memperkuat basis ekonomi masyarakat pedesaan.

Namun demikian, tingginya nilai Albuneo belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan karena masih ada hambatan struktural yang perlu diselesaikan. Kendala utama adalah ketiadaan izin edar resmi, yang menyebabkan pemasaran produk tidak dapat dilakukan secara luas. Tanpa legalitas formal, distribusi produk masih bersifat terbatas pada konsumen tertentu yang memiliki kepercayaan terhadap kualitas produk. Dengan demikian, meskipun Albuneo telah terbukti memiliki nilai kesehatan, ekonomi, dan sosial yang tinggi, optimalisasi potensi tersebut sangat bergantung pada penyelesaian aspek regulasi serta penguatan kapasitas produksi agar dapat menembus pasar yang lebih besar dan berkelanjutan.

Tabel 5.8
Analisis *Value* Albuneo (Albumin Ikan Gabus)

Aspek *Value*	Hasil Analisis	Implikasi Strategis
Manfaat Kesehatan	Albumin dari ikan gabus mempercepat penyembuhan luka, membantu pemulihan pasien pasca operasi, dan mendukung terapi pasien diabetes.	Albuneo berpotensi masuk pasar kesehatan sebagai suplemen medis bernilai tinggi.
Keuntungan Ekonomi	Biaya produksi ± Rp40.000 per botol; harga jual Rp120.000–150.000. Margin keuntungan 3x lipat.	Produk sangat potensial untuk meningkatkan profit UMKM dan daya saing daerah.
Permintaan Pasar	Sudah diminati oleh tenaga kesehatan, bidan, dan instansi pemerintah. Namun distribusi terbatas karena belum ada izin edar.	Legalitas dan sertifikasi (BPOM, halal) menjadi syarat penting untuk perluasan pasar.

Aspek *Value*	Hasil Analisis	Implikasi Strategis
Kontribusi Sosial	Menyerap tenaga kerja lokal, mayoritas perempuan; membuka peluang pendapatan bagi pembudidaya gabus/toman.	Produk mendukung inklusivitas dan pemberdayaan masyarakat pedesaan.
Hambatan Utama	Ketiadaan izin edar resmi menghambat pemasaran skala luas.	Diperlukan pendampingan regulasi dan kelembagaan agar produk bisa beroperasi legal dan berkelanjutan.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

2. Analisis *Rarity* ALBUNEO (Albumin Ikan Gabus)

Dari sisi kelangkaan, Albuneo memiliki posisi yang relatif unik di pasar lokal maupun regional. Produk berbasis albumin ikan gabus belum banyak dikembangkan di daerah lain, sehingga secara umum masih dapat dikategorikan sebagai produk yang jarang ditemukan (*rare*). Keunggulan utamanya terletak pada bahan baku khas, yaitu ikan gabus dan toman dari Sintang, yang secara tradisional diketahui memiliki kandungan albumin tinggi. Kondisi ini membuat Albuneo memiliki diferensiasi alami dibandingkan dengan produk kesehatan atau suplemen sejenis yang umumnya menggunakan bahan sintetis atau ikan dari luar daerah.

Namun, kelangkaan Albuneo ini bersifat relatif. Di satu sisi, produk albumin berbasis gabus memang tidak banyak diproduksi dan memiliki potensi sebagai *rare resource*. Tetapi di sisi lain, produk ini tidak sepenuhnya unik karena secara teknologi dan formula dapat ditiru oleh daerah lain jika terdapat transfer pengetahuan dan keterampilan. Apalagi, albumin ikan gabus juga tersedia di banyak wilayah lain di Indonesia, bukan hanya di Sintang. Hal ini berarti bahwa tingkat kelangkaannya lebih ditentukan oleh siapa yang mampu menguasai

teknologi pengolahan, perizinan, serta jaringan distribusi, daripada oleh eksklusivitas bahan baku semata.

Faktor penting yang membatasi keunikan Albuneo adalah kontinuitas bahan baku. Hasil uji laboratorium yang dilakukan oleh PT Saraswanti Indo Genetech (SIG) terhadap sampel tepung ikan menunjukkan adanya kandungan merkuri sangat tinggi pada bahan baku dari ikan toman liar, yakni mencapai 4,41 mg/kg hingga 8,71 mg/kg. Angka ini jauh melampaui ambang batas keamanan konsumsi pangan, sehingga menjadikan ikan toman liar tidak layak digunakan sebagai bahan baku. Bahkan, menurut keterangan lapangan, kasus ini juga ditemukan di wilayah konservasi Kapuas Hulu, yang seharusnya masih ingkat aman. Diduga, tingginya kadar merkuri tersebut berkaitan dengan aktivitas Penambangan Emas Tanpa Izin (PETI) di daerah hulu ingka, di mana merkuri masuk ke rantai makanan dan terakumulasi dalam tubuh ikan predator seperti toman. Kondisi ini memaksa PT Semesta Sintang Lestari untuk beralih penuh menggunakan ikan gabus hasil budidaya, yang berdasarkan uji laboratorium terbukti bebas dari kandungan logam berat. Akan tetapi, kapasitas pembesaran gabus di Sintang masih terbatas, sehingga kontinuitas bahan baku tetap menjadi ancaman serius bagi keberlanjutan produksi Albuneo.

Selain itu, kelangkaan Albuneo dalam konteks pasar juga dipengaruhi oleh status perizinannya. Karena belum memiliki izin edar BPOM, Albuneo tidak beredar luas di pasar komersial. Hal ini secara tidak langsung menjadikan produk tersebut “langka” di kalangan konsumen umum, meskipun sebenarnya potensinya besar. Albuneo hanya beredar di lingkup terbatas, terutama melalui jaringan pemerintah daerah, tenaga ingkat n, dan konsumen yang memiliki ingkat kepercayaan tinggi terhadap produk tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa kelangkaan Albuneo saat ini lebih bersifat administratif dan pasar, bukan hanya teknis produksi.

Secara keseluruhan, Albuneo memiliki ingkat kelangkaan yang cukup tinggi bila dibandingkan dengan produk lokal lain di Sintang maupun Kalimantan

Barat. Keunikannya terletak pada pemanfaatan ikan gabus lokal sebagai sumber albumin, sesuatu yang belum banyak dilakukan produsen lain. Akan tetapi, ingkat kelangkaan ini tidak sepenuhnya berkelanjutan karena produk masih bisa ditiru dan diproduksi di daerah lain dengan sumber daya dan teknologi yang sebanding. Oleh karena itu, untuk menjaga agar Albuneo tetap memiliki nilai kelangkaan, diperlukan strategi perlindungan melalui sertifikasi, hak kekayaan intelektual (HAKI), serta penguatan kapasitas budidaya ikan gabus agar keberlanjutan pasokan dapat terjaga.

Tabel 5.9
Analisis *Rarity* Albuneo

Aspek *Rarity*	Hasil Analisis	Implikasi Strategis
Keunikan Produk	Albumin ikan gabus/toman jarang diproduksi di daerah lain; berbeda dengan suplemen sintetis.	Diferensiasi alami sebagai produk berbasis sumber daya lokal.
Distribusi di Pasar	Belum ada izin BPOM, produk hanya beredar terbatas di kalangan tertentu (pemerintah, tenaga kesehatan, konsumen yang percaya).	Kelangkaan lebih bersifat administratif dan pasar; legalitas penting untuk ekspansi.
Kontinuitas Bahan Baku	Hasil uji lab PT Saraswanti Indo Genetech (SIG) menemukan merkuri tinggi pada ikan toman liar (4,41–8,71 mg/kg). Hanya ikan gabus budidaya yang aman (bebas logam berat), tetapi kapasitas budidayanya terbatas.	Bahan baku Albuneo sangat langka; keberlanjutan produk bergantung pada penguatan budidaya gabus.
Faktor Eksternal Lingkungan	Pencemaran merkuri diduga akibat aktivitas PETI di hulu (Kapuas Hulu), masuk ke rantai makanan dan	Ancaman eksternal serius; butuh sinergi dengan kebijakan lingkungan agar

Aspek *Rarity*	Hasil Analisis	Implikasi Strategis
	terakumulasi di ikan predator seperti toman.	pasokan bahan baku aman terjaga.
Risiko Imitasi	Teknologi ekstraksi bisa ditiru di daerah lain jika ada transfer pengetahuan.	Perlu perlindungan HAKI dan sertifikasi produk untuk menjaga keunggulan.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

3. Analisis *Imitability* ALBUNEO (ALBUMIN IKAN GABUS)

Dari perspektif imitasi, Albuneo menempati posisi yang cukup kompleks. Secara umum, proses ekstraksi albumin dari ikan gabus bukanlah teknologi yang sepenuhnya eksklusif, sehingga dapat dipelajari dan ditiru oleh pihak lain. Namun, PT Semestar Sintang Lestari mengembangkan prosedur yang relatif lebih spesifik, salah satunya melalui penerapan teknik Ikejime yang diadaptasi dari Jepang. Teknik ini melibatkan perlakuan khusus pada ikan untuk menjaga kualitas albumin tetap stabil, mulai dari pemutusan sumsum tulang belakang hingga cara memfillet yang tepat. Keahlian semacam ini menciptakan hambatan imitasi sebagian, karena tidak semua produsen memiliki kapasitas atau akses pengetahuan untuk menerapkannya secara konsisten.

Selain faktor teknis, tantangan utama dalam meniru Albuneo justru terletak pada rantai pasok bahan baku. PT Semestar Sintang Lestari hanya menggunakan ikan gabus hasil budidaya, karena ikan toman dari alam terbukti memiliki kandungan merkuri tinggi yang berbahaya. Peralihan ke bahan baku gabus budidaya memerlukan investasi dalam pembiakan, pengendalian kualitas, serta jaringan kerja sama dengan pembudidaya lokal. Tidak semua pihak mampu mengembangkan ekosistem pendukung ini, sehingga hambatan imitasi muncul dari sisi sumber daya yang terkendali.

Meski demikian, risiko imitasi tetap ada. Albuneo hingga kini masih terkendala izin edar (BPOM), sehingga pemasarannya terbatas. Jika ada pihak lain yang berhasil memperoleh izin edar lebih cepat dengan produk serupa, maka posisi Albuneo berpotensi terancam. Dalam konteks ini, hambatan imitasi yang ada tidak menjamin keunggulan kompetitif berkelanjutan, terutama jika aspek legalitas dan branding tidak segera diperkuat.

Tabel 5.10
Analisis *Imitability* Albuneo

Aspek *Imitability*	Hasil Analisis	Implikasi Strategis
Proses Teknologi	Ekstraksi albumin relatif mudah dipelajari; PT SSL gunakan teknik *Ikejime* untuk menjaga kualitas.	Ada hambatan imitasi sebagian, tapi tidak eksklusif.
Keahlian & Pengetahuan	Dibutuhkan keterampilan khusus untuk teknik pengolahan dan kontrol kualitas.	Perlu menjaga kerahasiaan know-how dan pelatihan internal.
Bahan Baku	Toman alam tidak layak (merkuri tinggi); produksi hanya dari gabus budidaya dengan kapasitas terbatas.	Hambatan imitasi muncul dari keterbatasan pasokan gabus budidaya.
Legalitas	Produk belum berizin edar (BPOM).	Risiko besar: pesaing bisa unggul jika lebih cepat mendapatkan izin.
Risiko Imitasi	Ada peluang produsen lain meniru jika akses teknologi dan bahan tersedia.	Diperlukan perlindungan (HAKI, sertifikasi, brand positioning).

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

4. Analisis *Organization* ALBUNEO (Albumin Ikan Gabus)

Dalam kerangka VRIO, aspek Organization menilai sejauh mana organisasi mampu mengelola, mengoordinasikan, dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki agar menciptakan keunggulan kompetitif. Dalam konteks Albuneo, PT Semestar Sintang Lestari (SSL) memiliki struktur organisasi yang relatif sederhana, namun cukup adaptif untuk mengembangkan produk berbasis riset lokal.

Dari sisi dukungan internal, PT SSL telah berupaya membangun sistem produksi dengan melibatkan tenaga kerja lokal, mayoritas perempuan, serta menggandeng pembudidaya ikan gabus untuk memastikan ketersediaan bahan baku . Selain itu, perusahaan juga mulai melakukan riset lanjutan terhadap limbah produksi (misalnya pengembangan pupuk organik Bionusa dan tepung kalsium), yang menunjukkan adanya kemampuan organisasi untuk mengoptimalkan rantai nilai produk. Hal ini menjadi indikasi bahwa PT SSL tidak hanya mengandalkan produk utama, tetapi juga berusaha memperluas basis inovasi secara kelembagaan.

Namun demikian, dari sisi kelembagaan formal, dukungan organisasi untuk Albuneo masih menghadapi keterbatasan. Produk ini belum memiliki izin edar BPOM, yang berarti kapasitas organisasi dalam mengurus aspek legal dan administratif belum optimal . Ketiadaan izin tersebut membatasi akses ke pasar yang lebih luas dan membuat Albuneo hanya beredar di kalangan terbatas yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap produk. Kelembagaan pendukung, seperti koperasi produsen, klaster UMKM, atau asosiasi khusus albumin, juga belum terbentuk secara kuat.

Di sisi eksternal, PT SSL mendapatkan dukungan terbatas dari pemerintah daerah melalui pelatihan keamanan pangan. Namun, belum ada kerangka kerja kelembagaan yang sistematis untuk mendampingi produk unggulan ini agar bisa naik kelas, baik melalui akses pembiayaan, riset lebih lanjut, maupun percepatan legalitas. Dengan demikian, meskipun organisasi memiliki kapasitas dasar yang

cukup untuk menjalankan produksi, kelembagaan yang lebih kuat dan dukungan lintas aktor masih sangat diperlukan agar Albuneo bisa bertransformasi dari usaha lokal menjadi produk unggulan daerah dengan skala nasional.

Tabel 5.11
Analisis *Organization* Albuneo

Aspek *Organization*	Hasil Analisis	Implikasi Strategis
Struktur Internal	PT SSL dikelola sederhana, melibatkan pekerja lokal (90% perempuan) dan pembudidaya gabus.	Memberdayakan masyarakat lokal, tapi butuh penguatan kapasitas kelembagaan.
Kemampuan Inovasi	Mengembangkan produk turunan dari limbah (Bionusa, tepung kalsium, gelatin).	Menunjukkan orientasi inovasi dan potensi diversifikasi usaha.
Legalitas & Regulasi	Belum ada izin BPOM, pemasaran terbatas.	Perlu penguatan manajemen organisasi untuk mengurus aspek legal.
Kelembagaan Eksternal	Ada pelatihan keamanan pangan dari pemerintah, tapi dukungan kelembagaan belum sistematis.	Perlu pendampingan reguler dan integrasi ke dalam ekosistem PUD.
Kapasitas Organisasi	Mampu produksi dalam skala terbatas, tapi belum terhubung dengan koperasi/klaster formal.	Perlu kelembagaan pendukung (koperasi, asosiasi) agar bisa naik kelas.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

5.2.2. Analisis Diamond Porter

1. Factor Conditions ALBUNEO

Dari sisi factor conditions, Albuneo memiliki keunggulan dalam pemanfaatan bahan baku lokal, basis pengetahuan ilmiah pendirinya, serta inovasi sederhana dalam pengolahan limbah. Namun, kelemahan signifikan muncul pada aspek kontinuitas pasokan bahan baku (terutama karena kontaminasi merkuri dan keterbatasan budidaya) serta infrastruktur produksi yang masih terbatas. Faktor-faktor ini menjadikan Albuneo memiliki potensi besar sebagai produk unggulan daerah, tetapi membutuhkan strategi khusus untuk mengatasi persoalan pasokan ikan gabus yang aman, peningkatan teknologi produksi, serta dukungan modal lebih besar agar bisa bertransformasi dari skala UMKM menuju skala industri.

Dalam kerangka Diamond Model Porter, factor conditions menekankan pada ketersediaan faktor produksi dasar maupun lanjutan yang menunjang daya saing suatu produk. Pada kasus Albuneo, kondisi faktor ini terlihat dalam beberapa aspek penting:

a) **Bahan Baku Lokal**

Albuneo menggunakan ikan gabus (Channa striata) dan toman (Channa micropeltes) sebagai bahan utama. Pemanfaatan bahan baku ini sangat strategis karena ikan gabus sudah dikenal masyarakat sebagai sumber albumin alami yang bermanfaat untuk penyembuhan luka pasca operasi, perawatan pasien diabetes, hingga penanganan gizi buruk dan stunting. Namun, bahan baku ini menghadapi tantangan serius. Pertama, ikan toman dari perairan alam, khususnya di Kapuas Hulu yang merupakan kawasan konservasi, telah terbukti mengandung merkuri dengan kadar tinggi akibat aktivitas penambangan emas tanpa izin (PETI). Hasil uji laboratorium yang disampaikan oleh CEO PT Semesta Sintang Lestari (SSL) menunjukkan adanya pencemaran signifikan pada ikan toman yang diambil dari alam, sehingga tidak dapat digunakan sebagai sumber bahan baku albumin.

Kedua, ketersediaan ikan gabus budidaya juga masih terbatas, sehingga kapasitas produksi Albuneo sering kali tidak stabil.

b) Teknologi Produksi

Proses produksi Albuneo masih tergolong semi-manual. Pekerjaan pembersihan ikan hingga tahap awal masih dilakukan secara manual, sementara ekstraksi albumin dilakukan dengan bantuan alat steaming dan penyulingan sederhana. Meski demikian, SSL telah mengembangkan inovasi berupa teknik khusus pengolahan ikan dengan metode ikejime dari Jepang yang ditujukan untuk menjaga kualitas kandungan albumin. Keunggulan teknologi ini memperlihatkan adanya faktor lanjutan yang bisa meningkatkan daya saing, meski saat ini skalanya masih kecil dan belum terstandarisasi secara industri

c) Sumber Daya Manusia

Pengelolaan Albuneo didominasi oleh tenaga kerja perempuan (90%), dengan inti manajemen terdiri dari tiga orang pendiri yang berlatar belakang farmasi dan kimia. Hal ini menunjukkan bahwa Albuneo ditopang oleh SDM yang memiliki basis pengetahuan ilmiah cukup kuat, meskipun dalam skala UMKM. Kelemahan yang masih muncul adalah tingginya tingkat pergantian tenaga kerja di lini produksi, yang dapat memengaruhi kontinuitas dan konsistensi hasil produksi.

d) Infrastruktur dan Dukungan

Modal SSL memulai kegiatan dengan dukungan modal awal sekitar Rp11–12 juta, serta fasilitas produksi yang semula merupakan hibah pemerintah daerah. Kondisi ini memperlihatkan adanya dukungan infrastruktur dasar, meski masih terbatas. Penggunaan ruang produksi yang relatif sederhana membatasi skala produksi, tetapi juga menunjukkan adanya sinergi antara pemerintah daerah dengan pelaku usaha dalam tahap awal pengembangan

e) Keberlanjutan Lingkungan

Selain menghadapi persoalan merkuri, keberlanjutan faktor produksi juga ditunjang oleh inisiatif pengolahan limbah. SSL mengembangkan produk turunan dari limbah produksi, seperti pupuk organik (Bionusa) dari isi perut ikan, tepung kalsium dari tulang, dan riset gelatin dari sisik. Upaya ini menunjukkan bahwa factor conditions tidak hanya bergantung pada ketersediaan bahan mentah, tetapi juga pada kreativitas dalam memanfaatkan sisa produksi untuk menambah nilai ekonomi.

Tabel 5.12
Ringkasan *Factor Conditions* Albuneo

Aspek *Factor Conditions*	Hasil Analisis	Implikasi Strategis
Bahan Baku	Albuneo berbasis ikan gabus (budidaya) dan toman (alam). Hasil uji lab PT Saraswanti Indo Genetech menunjukkan kadar merkuri tinggi pada toman liar (4,41–8,71 mg/kg), sehingga hanya gabus budidaya yang aman.	Ketersediaan bahan baku aman terbatas → perlu penguatan budidaya gabus agar produksi berkelanjutan.
Teknologi Produksi	Proses masih semi-manual, menggunakan alat steaming & ekstraktor sederhana. Ada inovasi metode *ikejime* untuk menjaga kualitas albumin.	Peningkatan teknologi diperlukan agar kapasitas dan kualitas produksi lebih stabil.
Sumber Daya Manusia (SDM)	Mayoritas tenaga kerja adalah perempuan (90%). Manajemen inti memiliki latar belakang sains (farmasi, kimia). Pergantian tenaga kerja lini produksi cukup tinggi.	Perlu pelatihan berkelanjutan & retensi SDM untuk menjaga konsistensi kualitas.

Aspek *Factor Conditions*	Hasil Analisis	Implikasi Strategis
Infrastruktur & Modal	Memanfaatkan fasilitas hibah dari Pemda dan modal awal ±Rp11–12 juta. Skala produksi masih terbatas.	Membutuhkan tambahan modal & penguatan infrastruktur produksi agar bisa naik kelas industri.
Keberlanjutan Lingkungan	SSL mengolah limbah menjadi produk turunan (pupuk organik Bionusa, tepung kalsium, gelatin). Namun pencemaran merkuri akibat PETI di Kapuas Hulu mengancam pasokan ikan liar.	Diperlukan inovasi pemanfaatan limbah dan intervensi lingkungan agar rantai pasok tetap aman.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

2. *Demand Conditions* (Kondisi Permintaan)

Secara teoretik, demand conditions dalam Model Berlian Porter menilai kekuatan, kecanggihan, dan arah permintaan di pasar domestik yang mendorong peningkatan kualitas dan daya saing industri. Permintaan yang kuat dan menuntut (sophisticated) dari konsumen—terutama lead buyers seperti fasilitas kesehatan dan pemerintah—cenderung memaksa produsen untuk berinovasi, meningkatkan standar mutu, serta memperluas kapasitas layanan. Dalam konteks Albuneo (suplemen albumin berbasis ikan gabus/toman), basis permintaan domestik memiliki dua wajah: (i) permintaan laten yang besar dari sektor kesehatan dan jaringan ritel farmasi; (ii) realization gap di pasar aktual karena hambatan legalitas (BPOM) dan pasokan bahan baku.

Dari sisi potensi permintaan, pasar lokal Sintang dan sekitarnya menyediakan ekosistem pengguna yang relevan: apotek, rumah sakit, dan tenaga

kesehatan yang memahami fungsi albumin dalam pemulihan luka, pascaoperasi, hingga komorbid seperti diabetes. Informan menegaskan adanya market access yang "sebenarnya sudah terbuka" melalui peran pemerintah dan jejaring farmasi—"di sini banyak apotek… ada rumah sakit… semuanya butuh albumin". Pada saat yang sama, harga dan margin Albuneo memberi ruang bisnis yang kompetitif (HPP ± Rp40.000; harga jual uji Rp120.000–150.000 per 30 kapsul), yang mendorong minat distributor bila legalitas rampung. Hal ini menunjukkan daya tarik ekonomi yang selaras dengan kebutuhan klinis, sebuah prasyarat penting bagi berkembangnya permintaan efektif.

Meski demikian, permintaan terealisasi masih rendah akibat kendala legalitas. Penjualan tahunan Albuneo "paling 200–300 botol" dan "tidak bisa dikomersilkan" selama izin edar belum terbit; pembeli riil adalah pihak yang telah memiliki trust (bidan, dinas/OPD, dan jejaring pemerintah). Dengan kata lain, struktur permintaan saat ini didominasi B2G/semipublik (e-catalog, pengadaan terbatas) ketimbang pasar ritel terbuka; perusahaan sendiri menyebut model bisnisnya "masih B2G" dan kanal digital publik baru tahap awal (e-catalog, Instagram). Situasi ini menempatkan Albuneo pada equilibrium permintaan yang terkunci secara administratif: kebutuhan ada, willingness to pay tercermin dari uji harga dan margin, tetapi go-to-market tersuspensi oleh regulasi dan keterbatasan pasok bahan baku (merkuri tinggi pada toman liar memaksa ketergantungan ke gabus budidaya yang kapasitasnya terbatas).

Implikasi strategisnya, *demand conditions* Albuneo saat ini bersifat **latent-driven** dan **policy-gated**. Di satu sisi, adanya *lead buyers* (pemerintah, nakes, apotek/RS) adalah *demand anchor* yang berpotensi mempercepat difusi jika legalitas selesai. Di sisi lain, kegagalan menyelesaikan izin dan menjamin kontinuitas bahan baku akan mempertahankan *low-equilibrium trap* pada volume penjualan (200–300 botol/tahun) dan memperlebar jurang antara **potential demand** dan **realized demand**. Dengan menyasar *compliance-first go-to-market* (BPOM/OT tradisional), *key account* farmasi/RS, serta kontrak pasok berbasis

budidaya gabus, Albuneo dapat mengubah permintaan yang laten menjadi permintaan efektif yang mendorong skala dan reputasi produk.

Tabel 5.13
Ringkasan *Demand Conditions* Albuneo

Dimensi Permintaan	Bukti Lapangan	Implikasi Strategis
Lead buyers & kebutuhan klinis	Ekosistem pengguna relevan (apotek, RS, nakes) — "semuanya butuh albumin"	*Key accounts* kesehatan bisa jadi jangkar permintaan awal pasca-legalitas.
Harga & margin	HPP ± Rp40.000; uji harga Rp120–150 ribu/30 kapsul; margin berlipat	Daya tarik ekonomi tinggi → menarik distributor bila izin beres.
Realisasi volume	Penjualan "200–300 botol/tahun"; hanya ke pembeli yang *trust* (bidan/OPD), "tidak bisa dikomersilkan" tanpa izin	Permintaan aktual terkunci regulasi; perlu *compliance-first* untuk unlock pasar.
Model kanal & pemasaran	Fokus B2G/e-catalog; kanal publik masih dini (IG, belum distributor)	Perluas ke B2B farmasi/RS dan ritel terlisensi setelah izin keluar.
Keterkaitan pasok	Pasar "sebenarnya terbuka", tapi bottleneck bahan baku dan izin jadi penghambat utama	Sinkronkan strategi pasar dengan kontrak budidaya gabus + percepatan perizinan.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

3. Related and Supporting Industries (Industri Terkait dan Pendukung)

Menurut Porter (1990), *related and supporting industries* merujuk pada keberadaan serta kualitas industri pendukung yang dapat memperkuat daya saing produk utama. Industri pendukung ini bisa berupa penyedia bahan baku, lembaga riset, sektor logistik, layanan pemasaran, maupun ekosistem UMKM lain yang relevan. Keberhasilan sebuah produk tidak hanya ditentukan oleh kekuatan internal perusahaan, melainkan juga oleh ketersediaan jaringan industri pendukung yang mampu menyediakan input secara efisien dan mendorong inovasi berkelanjutan.

Dalam konteks Albuneo di Kabupaten Sintang, keberadaan industri pendukung masih berada dalam tahap awal dan belum sepenuhnya mapan. Dari sisi **rantai pasok bahan baku**, Albuneo mengandalkan ikan gabus budidaya yang dihasilkan oleh pembudidaya lokal. Namun kapasitas budidaya ini masih terbatas, belum terorganisir dalam bentuk koperasi atau klaster perikanan yang kuat. Ketiadaan organisasi formal pembudidaya menyebabkan suplai tidak selalu stabil, sehingga produksi Albuneo sering menghadapi kendala kontinuitas. Hal ini kontras dengan idealisasi Porter, di mana industri pendukung seharusnya mampu menyediakan pasokan yang berkualitas, terjangkau, dan berkelanjutan.

Selain itu, **industri riset dan laboratorium pengujian** sudah mulai terhubung dengan Albuneo. PT Semesta Sintang Lestari telah bekerja sama dengan laboratorium pihak ketiga (seperti PT Saraswanti Indo Genetech) untuk menguji keamanan bahan baku terkait kandungan logam berat. Kehadiran laboratorium ini penting sebagai *supporting industry* yang memberikan validasi ilmiah atas kualitas produk, meski biaya pengujian relatif tinggi bagi skala UMKM. Namun, di luar aspek pengujian, dukungan riset dari perguruan tinggi maupun lembaga riset daerah masih belum terlihat optimal. Dengan demikian, kolaborasi riset yang lebih mendalam masih perlu diperkuat agar Albuneo bisa mengembangkan standar mutu, inovasi formulasi, dan diversifikasi produk turunan secara berkelanjutan.

Dari sisi **logistik dan distribusi**, keberadaan jaringan apotek, rumah sakit, dan kanal e-katalog pemerintah sebenarnya bisa menjadi industri pendukung yang penting. Namun, karena Albuneo belum memiliki izin edar BPOM, akses terhadap jaringan ini masih terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun infrastruktur distribusi tersedia, Albuneo belum dapat memanfaatkannya secara penuh. Akibatnya, pemasaran produk hanya berjalan di lingkup terbatas melalui hubungan personal dengan konsumen yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi.

Secara keseluruhan, kondisi industri terkait dan pendukung Albuneo menunjukkan adanya fondasi awal, seperti keberadaan pembudidaya ikan lokal, laboratorium uji, serta jaringan potensial apotek/RS. Namun kelembagaan yang belum kuat, keterbatasan kapasitas produksi hulu, serta keterikatan pada legalitas membuat ekosistem pendukung ini belum mampu berfungsi optimal. Dalam perspektif Diamond Porter, lemahnya industri pendukung berimplikasi pada tingginya biaya produksi, kerentanan pasokan, dan lambatnya proses industrialisasi produk unggulan daerah.

Tabel 5.14
Ringkas *Related and Supporting Industries* Albuneo

Dimensi	Kondisi Saat Ini	Implikasi Strategis
Rantai pasok bahan baku	Mengandalkan pembudidaya gabus lokal, kapasitas terbatas, belum terorganisir dalam koperasi/klaster.	Perlu penguatan kelembagaan pembudidaya dan kontrak pasok jangka panjang.
Industri riset & laboratorium	Uji logam berat dilakukan oleh laboratorium eksternal (SIG). Dukungan riset lokal minim.	Perlu kolaborasi dengan perguruan tinggi/lembaga riset untuk inovasi & standarisasi.

Dimensi	Kondisi Saat Ini	Implikasi Strategis
Industri distribusi	Apotek, RS, dan e-katalog pemerintah tersedia, tapi belum bisa dimanfaatkan karena izin edar belum ada.	Penyelesaian legalitas jadi syarat untuk masuk ke jaringan distribusi resmi.
Ekosistem UMKM/pendukung lokal	Belum ada integrasi dengan klaster UMKM kesehatan atau agroindustri lain.	Perlu integrasi Albuneo ke dalam ekosistem UMKM daerah agar lebih berdaya saing.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

4. *Firm Strategy, Structure, and Rivalry*

Dalam Diamond Model Porter, dimensi firm strategy, structure, and rivalry menekankan bagaimana strategi perusahaan, struktur organisasi internal, serta tingkat persaingan dalam industri memengaruhi daya saing suatu produk. Faktor ini menentukan sejauh mana perusahaan mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan bisnis, mengembangkan strategi bersaing yang tepat, dan menghadapi kompetitor dengan keunggulan yang berkelanjutan.

a) Strategi dan Struktur Albuneo

Albuneo dikelola oleh PT Semesta Sintang Lestari (SSL), sebuah UMKM berbasis inovasi lokal dengan struktur organisasi sederhana. Perusahaan ini menempatkan tiga orang pendiri dengan latar belakang ilmu sains (farmasi, kimia, biologi) sebagai inti manajemen. Model kepemimpinan kolektif ini membuat SSL relatif adaptif, meskipun kapasitas manajerial masih terbatas jika dibandingkan dengan perusahaan farmasi besar. Strategi bisnis yang dipilih saat ini bersifat **produk spesialisasi**, yaitu memposisikan Albuneo sebagai suplemen berbasis bahan baku lokal (ikan gabus/toman) yang berbeda dari suplemen kesehatan sintetis di pasaran.

Namun, strategi ini masih terhambat oleh masalah perizinan (BPOM) yang belum diselesaikan. Tanpa legalitas, Albuneo tidak bisa memasuki kanal distribusi formal seperti apotek dan rumah sakit. Akibatnya, strategi pemasaran cenderung bergantung pada jaringan personal, pemerintah daerah, dan tenaga kesehatan tertentu. Dengan demikian, meskipun struktur internal dan strategi berbasis diferensiasi sudah jelas, ketiadaan legalitas membuat SSL sulit mengimplementasikan strategi yang lebih luas, seperti ekspansi pasar atau masuk ke rantai distribusi nasional.

b) Kondisi *Rivalry* (Persaingan)

Tingkat persaingan produk Albuneo berada pada dua level: persaingan lokal dan persaingan nasional/regional. Pada level lokal, Albuneo praktis belum memiliki pesaing langsung di Sintang, karena produk albumin berbasis gabus belum banyak dikembangkan oleh pelaku lain. Namun, pada level nasional, terdapat produk albumin serupa yang sudah memiliki izin edar, diproduksi baik oleh perusahaan farmasi maupun UMKM di daerah lain. Persaingan juga datang dari produk substitusi seperti albumin berbasis ikan lele, ekstrak herbal, hingga suplemen sintetis.

Produk-produk substitusi ini sering kali memiliki keunggulan dalam legalitas, skala produksi, dan distribusi yang lebih mapan. Dalam perspektif Porter, rivalitas yang sehat seharusnya mendorong inovasi dan efisiensi. Namun, dalam kasus Albuneo, ketiadaan izin edar membuat perusahaan belum bisa terlibat penuh dalam arena persaingan formal. Rivalitas baru terasa pada tataran potensial, di mana SSL harus bersiap menghadapi kompetisi dengan pemain yang lebih besar setelah legalitas diperoleh. Selain itu, persaingan juga bersifat tidak langsung melalui keberadaan produk bumbu instan, suplemen herbal, dan obat modern yang sudah menguasai pasar.

c) Implikasi Strategis

Analisis ini memperlihatkan bahwa strategi Albuneo berbasis diferensiasi produk lokal sebenarnya cukup kuat untuk membangun identitas pasar. Struktur

organisasi yang sederhana memberi fleksibilitas, tetapi juga membatasi kapasitas ekspansi. Sementara itu, posisi persaingan menunjukkan "ruang kosong" di level lokal namun persaingan ketat di level nasional. Oleh karena itu, SSL perlu mengonsolidasikan strategi jangka pendek dengan fokus pada penyelesaian izin edar, memperkuat branding berbasis keunikan lokal, dan menyiapkan strategi kolaborasi dengan industri pendukung. Dalam jangka panjang, rivalitas dapat menjadi pendorong inovasi, tetapi hanya jika SSL berhasil mengatasi hambatan legalitas dan kontinuitas pasokan.

Tabel 5.15
Ringkasan *Firm Strategy, Structure, and Rivalry* Albuneo

Dimensi	Kondisi Saat Ini	Implikasi Strategis
Strategi	Fokus pada diferensiasi produk berbasis ikan gabus/toman sebagai suplemen alami. Namun, strategi distribusi formal terkendala izin BPOM.	Legalitas jadi syarat utama untuk implementasi strategi skala besar.
Struktur Organisasi	UMKM dengan struktur sederhana; manajemen inti berasal dari latar belakang sains.	Struktur fleksibel, tetapi kapasitas manajerial dan operasional masih terbatas.
Persaingan Lokal	Hampir tidak ada pesaing langsung di Sintang.	Albuneo bisa menjadi pionir produk albumin di pasar lokal.
Persaingan Nasional/Regional	Ada produk albumin serupa dan substitusi (lele, herbal, sintetis) dengan legalitas & distribusi lebih mapan.	SSL harus bersiap menghadapi kompetisi ketat setelah legalitas diperoleh.

Dimensi	Kondisi Saat Ini	Implikasi Strategis
Rivalitas sebagai Pemicu Inovasi	Rivalitas belum terasa karena terkunci izin edar.	Persaingan potensial bisa mendorong SSL meningkatkan kualitas, efisiensi, dan branding.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

5.2.3. Potensi Ekonomi, Sosial, Keberlanjutan ALBUNEO

1. Potensi Ekonomi

Albuneo memiliki nilai ekonomi yang signifikan karena berbasis pada pemanfaatan sumber daya lokal, yaitu ikan gabus (Channa striata) yang dikenal kaya akan albumin. Potensi ekonomi muncul dari dua aspek utama: **nilai tambah produk kesehatan dan diversifikasi produk turunan**. Dari sisi produk utama, kapsul albumin memiliki potensi pasar yang luas karena kebutuhan albumin tidak hanya terbatas pada pasien pasca operasi, tetapi juga untuk penderita penyakit kronis (misalnya diabetes, stroke), penanganan gizi buruk, serta pencegahan stunting. Dengan harga jual yang dapat diposisikan lebih tinggi dibandingkan produk pangan biasa, Albuneo berpeluang menjadi sumber pendapatan baru bagi pelaku UMKM maupun daerah.

Selain itu, potensi ekonomi Albuneo juga diperluas dengan inovasi pengolahan limbah. Sisa produksi seperti isi perut ikan dapat dijadikan pupuk organik, tulang diolah menjadi tepung kalsium, dan sisik dikembangkan sebagai gelatin. Inovasi ini menciptakan rantai nilai baru yang memperluas basis ekonomi dari satu sumber daya. Dalam perspektif Porter, hal ini memperlihatkan bahwa Albuneo bukan sekadar produk akhir, melainkan bagian dari value chain yang berkontribusi terhadap ekonomi sirkular. Namun demikian, potensi ekonomi ini hanya dapat diwujudkan jika hambatan legalitas (izin BPOM) dan keterbatasan bahan baku dapat diatasi.

2. Potensi Sosial

Albuneo juga memiliki potensi sosial yang kuat. Pertama, produk ini membuka lapangan kerja bagi masyarakat lokal, terutama perempuan, yang mendominasi lini produksi. Hal ini sejalan dengan agenda pembangunan inklusif yang mendorong partisipasi kelompok rentan dalam kegiatan ekonomi produktif. Kedua, Albuneo memiliki fungsi sosial melalui kontribusinya pada kesehatan masyarakat, terutama untuk kelompok rentan seperti anak-anak stunting, ibu hamil, dan pasien pascaoperasi. Dengan demikian, Albuneo tidak hanya menghadirkan nilai ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai social good yang meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Dari sisi identitas lokal, Albuneo memperkuat kebanggaan masyarakat Sintang karena berhasil mengangkat potensi daerah menjadi produk kesehatan bernilai tinggi. Albuneo bisa menjadi flagship product yang menegaskan bahwa Kabupaten Sintang tidak hanya sebagai penghasil bahan mentah, tetapi juga mampu menghadirkan produk inovatif berbasis riset dan teknologi sederhana. Identitas ini memiliki potensi sosial yang lebih luas karena dapat memperkuat kohesi sosial dan citra positif daerah.

3. Potensi Keberlanjutan

Potensi keberlanjutan Albuneo terkait erat dengan aspek bahan baku dan ekosistem lingkungan. Hasil uji laboratorium menunjukkan bahwa ikan toman liar di Kapuas Hulu telah terkontaminasi merkuri akibat aktivitas penambangan emas tanpa izin (PETI), sehingga tidak layak dijadikan bahan baku. Hal ini membuat Albuneo bergantung pada pasokan ikan gabus budidaya, yang kapasitasnya masih terbatas. Dalam perspektif keberlanjutan, kondisi ini menciptakan dua tantangan sekaligus: (i) keberlanjutan ekologi, di mana pencemaran lingkungan mengancam sumber daya alam; (ii) keberlanjutan ekonomi, karena pasokan gabus budidaya harus diperkuat agar kontinuitas produksi terjamin.

Namun, dari sisi positif, inisiatif PT Semesta Sintang Lestari untuk mengolah limbah produksi menjadi produk turunan menunjukkan arah menuju model produksi berkelanjutan. Dengan mengurangi limbah dan menciptakan nilai tambah baru, Albuneo berpotensi mendukung agenda pembangunan hijau (green economy). Jika keberlanjutan bahan baku dapat dijaga melalui program budidaya gabus yang sistematis, Albuneo berpeluang menjadi model praktik bisnis berkelanjutan yang selaras dengan agenda pembangunan daerah dan SDGs.

Tabel 5.16
Ringkasan Potensi Ekonomi, Sosial, dan Keberlanjutan Albuneo

Dimensi	Potensi	Implikasi Strategis
Ekonomi	Albumin gabus bernilai tinggi untuk terapi kesehatan; diversifikasi limbah jadi produk turunan (pupuk, tepung kalsium, gelatin).	Dapat memperkuat daya saing ekonomi daerah, asal legalitas dan pasokan bahan baku terjamin.
Sosial	Memberdayakan tenaga kerja lokal (terutama perempuan); meningkatkan kesehatan masyarakat (stunting, pascaoperasi, komorbid).	Albuneo berfungsi sebagai *social good* sekaligus memperkuat identitas daerah.
Keberlanjutan	Tantangan pasokan karena ikan liar terkontaminasi merkuri; bergantung pada budidaya gabus; pengolahan limbah mendukung *green economy*.	Butuh program budidaya sistematis dan mitigasi lingkungan agar produksi berkelanjutan.
Karakteristik Khas	Produk kesehatan berbasis albumin alami, berbahan lokal, berbeda dari suplemen sintetis.	Diferensiasi jelas di pasar kesehatan.

Dimensi	Potensi	Implikasi Strategis
Segmentasi Pasar	Pasar kesehatan formal (RS/apotek), pasar preventif (masyarakat menengah), pasar sosial (pemerintah, donor).	Perluas strategi pemasaran multi-segmen dengan penekanan pada identitas lokal dan kualitas.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

5.3. ANALISIS PUD: BUBUK RANGKIE

5.3.1. Analisis VRIO: Bubuk Rangkie

1. Analisis *Value* – Serbuk Rangkie

Dalam perspektif VRIO Framework (Barney, 1991), dimensi Value menilai sejauh mana suatu produk memiliki nilai tambah ekonomis maupun sosial, baik melalui peningkatan efisiensi, penciptaan pasar baru, maupun pemecahan masalah spesifik yang dihadapi masyarakat. Sebuah sumber daya atau produk dianggap valuable apabila mampu meningkatkan daya saing dengan memberikan manfaat yang nyata bagi konsumen maupun produsen.

1. **Nilai Ekonomi (*Economic Value)***

Serbuk Rangkie memberikan nilai tambah pada komoditas cabe rawit yang kerap menghadapi fluktuasi harga di pasar segar. Alih-alih dijual sebagai cabe segar dengan risiko harga anjlok saat panen raya, cabe diolah menjadi bubuk yang lebih tahan lama, praktis, dan bernilai jual lebih tinggi. Harga jual Serbuk Rangkie sebesar **Rp 23.000 per kemasan** relatif kompetitif bila dibandingkan dengan produk sejenis di pasar nasional, seperti **BonCabe** (Rp 10.000–15.000 per sachet kecil ukuran 30–40 gram).

Walaupun BonCabe memiliki variasi rasa dan skala produksi industri, Serbuk Rangkie menghadirkan *value* melalui positioning sebagai produk lokal berbahan alami tanpa campuran sintetis. Dengan margin keuntungan

±40%, produk ini mampu memberikan pendapatan tambahan yang signifikan bagi petani dan kelompok usaha perhutanan sosial (KUPS).

2. **Nilai Sosial (Social Value)**

   Selain memberikan manfaat ekonomi, Serbuk Rangkie memiliki fungsi sosial penting karena diproduksi oleh kelompok masyarakat desa dalam skema perhutanan sosial. Produksi ini melibatkan tenaga kerja lokal, termasuk perempuan, yang memperoleh peluang kerja dan penghasilan tambahan. Dengan demikian, Rangkie bukan hanya sekadar produk pangan, tetapi juga instrumen pemberdayaan sosial. Nilai sosial ini semakin relevan karena industri besar umumnya tidak terhubung langsung dengan komunitas lokal, sehingga Rangkie menempati posisi unik sebagai produk yang merefleksikan kemandirian desa.

3. **Nilai Keberlanjutan (Sustainability Value)**

   Nilai Rangkie juga terletak pada aspek keberlanjutan. Produk ini menggunakan cabe lokal hasil pertanian tanpa bahan kimia berlebihan, sehingga ramah lingkungan. Dengan mengolah cabe menjadi produk bubuk, umur simpan lebih panjang dan limbah pasca-panen berkurang. Selain itu, keterlibatan KUPS menunjukkan adanya orientasi kolektif dalam menjaga keberlanjutan usaha, meskipun skalanya masih terbatas.

4. **Perbandingan dengan Produk Sejenis**

   Jika dibandingkan dengan produk besar seperti BonCabe atau merek chili powder lain yang sudah beredar di pasar nasional, Serbuk Rangkie jelas kalah dalam hal variasi, skala produksi, dan jangkauan distribusi. Namun, Rangkie unggul dalam aspek **keunikan lokal (local authenticity)**, **kealamian bahan baku**, dan **konektivitas sosial**. Dengan kata lain, meski tidak bisa bersaing langsung di pasar massal, Serbuk Rangkie bernilai tinggi di pasar niche yang menghargai produk lokal, organik, dan berbasis komunitas.

Tabel 5.17
Analisis *Value* – Serbuk Rangkie

Dimensi	Kondisi pada Serbuk Rangkie	Implikasi Strategis
Nilai Ekonomi	Harga Rp 23.000/kemasan; margin ±40%; lebih tinggi daripada cabe segar; kompetitif dibanding BonCabe (Rp 10–15 ribu).	Memberikan stabilitas harga cabe & pendapatan tambahan bagi petani lokal.
Nilai Sosial	Diproduksi oleh KUPS dengan melibatkan tenaga kerja lokal (perempuan).	Menjadi instrumen pemberdayaan komunitas & memperkuat kemandirian desa.
Nilai Keberlanjutan	Berbasis cabe lokal, tanpa bahan kimia berlebihan, memperpanjang umur simpan panen.	Ramah lingkungan & mengurangi kerugian pasca-panen.
Perbandingan Produk	Kalah skala & variasi dibanding BonCabe, tapi unggul dalam keaslian lokal & natural authenticity.	Cocok diposisikan sebagai produk niche (lokal/organik), bukan mass market.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

2. Analisis *Rarity* – Serbuk Rangkie

Dalam kerangka VRIO Framework (Barney, 1991), rarity (kelangkaan) mengukur apakah suatu sumber daya atau kapabilitas dimiliki oleh sedikit atau bahkan tidak ada pesaing. Semakin langka suatu produk, semakin besar potensinya untuk menjadi basis keunggulan kompetitif.

1. Tingkat Kelangkaan di Pasar Lokal

Serbuk Rangkie memiliki tingkat kelangkaan relatif tinggi di pasar lokal Kabupaten Sintang dan sebagian Kalimantan Barat. Produk bumbu cabe

bubuk berbasis komunitas perhutanan sosial masih jarang ditemukan, sehingga Rangkie mampu tampil sebagai pionir. Kelangkaan ini diperkuat dengan identitas produk yang melekat pada komunitas lokal dan branding berbasis pemberdayaan masyarakat desa. Dalam konteks pasar lokal, kehadiran Rangkie menciptakan diferensiasi alami dibandingkan produk bumbu instan skala nasional.

2. **Tingkat Kelangkaan di Pasar Nasional**

   Namun, jika dibandingkan di tingkat nasional, kelangkaan Serbuk Rangkie relatif rendah. Produk sejenis seperti **BonCabe, Ladaku, hingga Abc Chili Powder** telah beredar luas dengan variasi level kepedasan, rasa, dan jaringan distribusi yang masif. Dari sudut pandang konsumen nasional, produk chili powder bukanlah barang langka, melainkan produk umum yang sudah tersedia dengan berbagai merek. Oleh karena itu, nilai kelangkaan Rangkie hanya kuat di level lokal, bukan nasional.

3. **Diferensiasi Berbasis Lokalitas**

   Keunikan utama Serbuk Rangkie ada pada **local authenticity**. Produk ini tidak hanya menghadirkan cabe bubuk, tetapi juga merepresentasikan hasil hutan sosial, keterlibatan komunitas desa, dan praktik produksi yang sederhana namun alami. Karakteristik ini memberikan bentuk kelangkaan yang bersifat **sosial-kultural**, bukan teknis. Produk industri besar bisa meniru formula chili powder, tetapi sulit meniru identitas Rangkie sebagai produk berbasis komunitas dengan cerita sosial yang kuat.

4. **Risiko Kehilangan Kelangkaan**

   Kelangkaan Serbuk Rangkie rawan hilang jika pemain lokal lain mulai memproduksi produk serupa dengan teknologi dan distribusi yang sama. Proses produksinya sederhana (jemur, blender, kemas), sehingga barrier to entry rendah. Dalam jangka panjang, satu-satunya cara untuk mempertahankan kelangkaan adalah dengan memperkuat identitas merek,

memperoleh sertifikasi halal & PIRT (sudah dalam proses), serta menekankan diferensiasi berbasis cerita sosial dan kealamian bahan.

Tabel 5.18
Ringkasan Analisis *Rarity* – Serbuk Rangkie

Dimensi	Kondisi pada Serbuk Rangkie	Implikasi Strategis
Kelangkaan Lokal	Masih jarang di Sintang & Kalbar; pionir produk chili powder berbasis perhutanan sosial.	Menjadi keunggulan diferensiasi di pasar lokal/regional.
Kelangkaan Nasional	Banyak pesaing besar (BonCabe, Ladaku, Abc Chili Powder).	Tidak langka di tingkat nasional; perlu positioning niche.
Diferensiasi Lokalitas	Mengandung *local authenticity* (hasil komunitas desa, pemberdayaan sosial, natural).	Kelangkaan sosial-kultural sulit ditiru oleh industri besar.
Risiko Hilang	Teknologi sederhana, barrier to entry rendah.	Perlu perkuat merek, sertifikasi, dan cerita sosial agar kelangkaan berkelanjutan.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

3. Analisis *Imitability* – Serbuk Rangkie

Dalam kerangka VRIO *Framework* (Barney, 1991), *Imitability* mengukur sejauh mana produk dapat ditiru oleh pesaing. Produk dengan teknologi sederhana atau tanpa hambatan legal biasanya lebih mudah ditiru, sedangkan produk yang memiliki kekhasan bahan baku, cerita sosial, atau perlindungan hukum lebih sulit ditiru.

1. Teknologi Produksi Sederhana

Proses pembuatan Serbuk Rangkie relatif mudah: cabe dijemur, digiling/blender, lalu dikemas. Teknologi ini sederhana, tidak

membutuhkan mesin khusus atau formula rahasia. Artinya, secara teknis, produk ini sangat mudah ditiru oleh pesaing, baik skala rumah tangga maupun industri kecil. Barrier to entry sangat rendah, karena siapa pun dengan akses ke cabe lokal dan alat pengolahan sederhana dapat memproduksi produk sejenis.

2. **Ketersediaan Bahan Baku**

   Cabe rawit sebagai bahan utama tersedia luas di berbagai daerah di Indonesia. Tidak ada keunikan geografis yang membuat cabe Sintang sangat berbeda dibanding daerah lain. Hal ini menjadikan imitasi produk secara bahan baku sangat memungkinkan di banyak tempat, sehingga faktor bahan baku tidak memberikan perlindungan imitasi yang kuat.

3. **Diferensiasi Cerita Sosial dan Identitas Lokal**

   Yang relatif sulit ditiru bukan teknologinya, melainkan **cerita sosial dan identitas lokal** Serbuk Rangkie. Produk ini memiliki latar belakang sebagai hasil usaha perhutanan sosial (KUPS), melibatkan pemberdayaan perempuan desa, dan didukung NGO (PUPUK Surabaya). Narasi ini memberi nilai sosial-kultural yang tidak mudah direplikasi oleh perusahaan industri besar. Dengan kata lain, imitasi bisa terjadi pada aspek produk fisik, tetapi sulit dilakukan pada aspek **intangible** (cerita, legitimasi sosial, keaslian komunitas).

4. **Hambatan Legalitas dan Branding**

   Dari sisi legalitas, Rangkie sudah memiliki NIB, PIRT, dan sedang dalam proses sertifikasi halal. Sertifikasi ini memberi sedikit hambatan imitasi karena produk-produk sejenis yang tidak memiliki legalitas resmi akan kesulitan masuk ke pasar retail. Namun, selama branding dan pemasaran masih terbatas, hambatan imitasi tetap relatif rendah. Industri lain bisa meniru produk fisiknya dan mengandalkan kekuatan distribusi untuk mendominasi pasar.

5. **Risiko Imitasi**

Dengan struktur pasar chili powder yang sudah dikuasai merek besar (BonCabe, Ladaku, Abc Chili Powder), risiko imitasi bagi Rangkie cukup tinggi. Namun, mengingat Rangkie berfokus pada pasar niche lokal, risiko terbesar justru datang dari pesaing UMKM lokal lain yang dapat meniru proses produksi dengan mudah. Untuk bertahan, Rangkie harus memperkuat diferensiasi sosial, branding lokal, dan positioning sebagai produk alami berbasis komunitas.

Tabel 5.19
Ringkasan Analisis *Imitability* – Serbuk Rangkie

Dimensi	Kondisi pada Serbuk Rangkie	Implikasi Strategis
Teknologi Produksi	Sederhana (jemur, blender, kemas).	Mudah ditiru oleh pesaing lokal/nasional.
Bahan Baku	Cabe tersedia luas di banyak daerah.	Tidak ada barrier geografis; bahan baku mudah ditiru.
Diferensiasi Sosial	Identitas berbasis perhutanan sosial & pemberdayaan komunitas.	Sulit ditiru oleh industri besar → keunggulan intangible.
Legalitas & Branding	Sudah NIB, PIRT, proses sertifikasi halal.	Memberi sedikit hambatan imitasi di pasar retail resmi.
Risiko Imitasi	Tinggi, terutama dari UMKM lain & pesaing besar.	Perlu penguatan branding, positioning, dan narasi sosial.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

4. Analisis *Organization* – Serbuk Rangkie

Dalam kerangka VRIO Framework (Barney, 1991), Organization menilai sejauh mana perusahaan atau kelompok usaha memiliki struktur, sistem, dan dukungan kelembagaan yang mampu memanfaatkan nilai (value), kelangkaan

(rarity), dan hambatan imitasi (imitability) dari produk. Tanpa dukungan organisasi yang memadai, potensi produk tidak bisa dimaksimalkan.

1. **Struktur Kelembagaan**

   Serbuk Rangkie diproduksi oleh **Kelompok Usaha Perhutanan Sosial (KUPS) Imbun Benua Maju Bersatu**, sebuah organisasi berbasis komunitas. Struktur kelembagaannya sederhana, terdiri dari pengurus inti dan sekitar 10 pekerja, 5 di antaranya memiliki keterampilan produksi. Meskipun sederhana, struktur ini memberikan fleksibilitas tinggi dalam produksi skala kecil, namun terbatas dalam hal manajemen bisnis modern seperti pemasaran, riset pasar, dan manajemen distribusi.

2. **Dukungan Eksternal**

   Kelembagaan Rangkie mendapat dukungan dari **NGO PUPUK Surabaya** dalam hal pendampingan usaha dan akses pasar. Selain itu, pemerintah mendukung dari sisi perhutanan sosial sebagai payung kelembagaan. Dukungan eksternal ini penting, karena tanpa akses pendampingan dan legalitas, produk akan sulit berkembang. Namun, dukungan eksternal masih lebih dominan daripada kekuatan internal kelompok, sehingga ketergantungan ini berpotensi menjadi kelemahan jangka panjang.

3. **Legalitas dan Standarisasi**

   Rangkie sudah memiliki **NIB (Nomor Induk Berusaha)** dan **izin PIRT**, serta sedang dalam proses **sertifikasi halal**. Legalitas ini menjadi kekuatan organisasi karena memungkinkan produk masuk ke pasar retail formal. Namun, belum adanya sertifikasi **BPOM atau SNI** membatasi jangkauan distribusi ke pasar nasional. Dari sisi organisasi, ini menunjukkan kemajuan signifikan tetapi masih ada gap besar untuk memenuhi standar industri pangan nasional.

4. **Sistem Produksi dan Distribusi**

Sistem produksi masih bersifat manual dengan kapasitas produksi terbatas (35–50 kemasan/bulan). Dari sisi distribusi, Serbuk Rangkie sudah menembus **Holiday Mart, Kantor Pos Sintang, dan marketplace Shopee**. Ini menunjukkan adanya inisiatif organisasi untuk memperluas pasar. Namun, keterbatasan kapasitas produksi membuat distribusi tidak bisa dioptimalkan, sehingga penetrasi pasar masih kecil dan bersifat lokal.

5. Implikasi Strategis

Dari perspektif organisasi, Rangkie cukup terstruktur untuk skala lokal tetapi belum siap menghadapi persaingan nasional. Kekuatan utamanya ada pada **dukungan eksternal dan legalitas dasar**, sementara kelemahan utamanya ada pada **kapasitas internal, manajemen modern, dan standarisasi mutu nasional**. Untuk menjadi lebih kompetitif, KUPS perlu membangun sistem kelembagaan yang lebih profesional, memperluas unit usaha, dan mengembangkan kapasitas produksi berkelanjutan.

Tabel 5.20
Ringkasan Analisis *Organization* – Serbuk Rangkie

Aspek	Kondisi Serbuk Rangkie	Implikasi Strategis
Struktur Kelembagaan	Dikelola KUPS dengan 10 pekerja; struktur sederhana & fleksibel.	Cocok untuk skala lokal, tapi lemah di manajemen modern.
Dukungan Eksternal	Didampingi NGO (PUPUK) & program perhutanan sosial.	Kekuatan awal, tapi ketergantungan eksternal perlu dikurangi.
Legalitas & Standarisasi	Sudah NIB, PIRT, proses halal; belum BPOM/SNI.	Bisa masuk retail lokal, tapi terbatas untuk pasar nasional.

Aspek	Kondisi Serbuk Rangkie	Implikasi Strategis
Produksi & Distribusi	Produksi manual 35–50 kemasan/bulan; distribusi Holiday Mart, Pos, Shopee.	Distribusi terbatas; kapasitas produksi jadi bottleneck.
Implikasi Strategis	Organisasi relatif baik untuk level komunitas.	Perlu profesionalisasi kelembagaan & penguatan standar nasional.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

5.3.2. Analisis Diamond Porter: Serbuk Rangkie

1. *Factor Conditions* – Serbuk Rangkie

Dalam kerangka Diamond Model Porter (1990), *Factor Conditions* merujuk pada kualitas faktor produksi yang mendukung daya saing suatu produk, baik faktor dasar (bahan baku, tenaga kerja, modal, infrastruktur) maupun faktor lanjutan (teknologi, riset, kapasitas inovasi). Keunggulan suatu produk akan semakin kuat apabila faktor-faktor ini memadai dan berkelanjutan.

1. **Bahan Baku**

   Serbuk Rangkie menggunakan cabe rawit lokal yang relatif tersedia sepanjang tahun di Desa Sungai Sintang dan sekitarnya. Ketersediaan bahan baku ini menjadi faktor produksi utama yang cukup stabil. Namun, berbeda dengan Albuneo atau Bisco yang menghadapi keterbatasan pasokan ikan gabus, cabe sebagai komoditas pangan lebih rentan pada fluktuasi harga pasar. Harga cabe di musim panen sering jatuh drastis, sementara di musim paceklik melonjak tinggi. Oleh karena itu, meskipun bahan baku tersedia, kontinuitas harga dan volume tetap menjadi tantangan.

2. **Tenaga Kerja dan Keterampilan**

Produksi Rangkie melibatkan 10 pekerja, dengan 5 orang di antaranya memiliki keterampilan dalam proses produksi. Tenaga kerja berasal dari masyarakat lokal, termasuk perempuan, yang sekaligus menjadikan produk ini sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi desa. Dari sisi kualitas, keterampilan tenaga kerja masih terbatas pada teknik sederhana (penjemuran, penggilingan, pengemasan). Belum ada tenaga ahli teknologi pangan yang terlibat langsung, sehingga inovasi produk relatif minim.

3. **Infrastruktur dan Modal**

   Fasilitas produksi Serbuk Rangkie masih sederhana, berbasis manual dan semi-modern, dengan kapasitas produksi 35–50 kemasan per bulan. Modal usaha diperoleh dari pendapatan kelompok dan sebagian dukungan eksternal dari NGO (PUPUK Surabaya). Keterbatasan modal membuat investasi pada mesin modern, riset produk, maupun distribusi skala besar sulit dilakukan. Dari sisi infrastruktur pasar, akses distribusi ke retail lokal (Holiday Mart, Pos Sintang) sudah berjalan, tetapi akses ke pasar regional/nasional masih minim.

4. **Teknologi dan Inovasi**

   Teknologi produksi Serbuk Rangkie sederhana dan mudah ditiru, dengan pengolahan berbasis penjemuran tradisional. Inovasi produk terbatas pada pengemasan, tanpa adanya diversifikasi rasa atau tingkat kepedasan seperti kompetitor nasional (misalnya BonCabe dengan berbagai varian level pedas). Minimnya riset produk dan keterlibatan lembaga penelitian menunjukkan bahwa faktor lanjutan berupa inovasi masih lemah.

5. **Lingkungan dan Keberlanjutan**

   Faktor lingkungan cukup mendukung karena cabe rawit adalah tanaman lokal yang bisa ditanam secara organik tanpa input kimia berlebihan. Dari sisi keberlanjutan, potensi ini bisa menjadi keunggulan jangka panjang jika dikembangkan dengan sertifikasi organik atau branding “produk sehat

alami". Namun, saat ini orientasi keberlanjutan masih sebatas pemanfaatan panen cabe untuk menghindari kerugian petani, belum menjadi strategi formal dalam rantai pasok.

Tabel 5.21
Ringkasan *Factor Conditions* – Serbuk Rangkie

Aspek	Kondisi Serbuk Rangkie	Implikasi Strategis
Bahan Baku	Cabe rawit lokal tersedia sepanjang tahun; rentan fluktuasi harga.	Perlu manajemen pasokan & kontrak harga dengan petani untuk stabilitas.
Tenaga Kerja	10 pekerja (5 terampil); berbasis masyarakat lokal & perempuan.	Nilai sosial kuat, tapi keterampilan teknis terbatas.
Infrastruktur & Modal	Produksi manual 35–50 kemasan/bulan; modal terbatas.	Perlu investasi mesin & akses permodalan untuk skala produksi lebih besar.
Teknologi & Inovasi	Teknologi sederhana; belum ada diversifikasi rasa/varian.	Perlu kolaborasi riset & diversifikasi produk agar lebih kompetitif.
Lingkungan & Keberlanjutan	Cabe lokal alami; belum ada strategi keberlanjutan formal.	Potensi branding organik & produk sehat untuk niche market.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

2. *Demand Conditions* – Serbuk Rangkie

Dalam kerangka Diamond Model Porter (1990), Demand Conditions merujuk pada sifat, kualitas, dan arah permintaan pasar. Permintaan yang kuat,

cerdas, dan menuntut (sophisticated demand) akan memacu produsen untuk meningkatkan kualitas produk, memperluas kapasitas, dan berinovasi.

1) **Kebutuhan Pasar Lokal**

   Serbuk Rangkie hadir untuk menjawab kebutuhan pasar lokal terhadap produk cabe bubuk praktis yang tahan lama dan mudah digunakan. Masyarakat Sintang, yang secara budaya memiliki preferensi pada makanan pedas, memberikan basis permintaan yang cukup stabil. Hal ini tercermin dari volume produksi ±35–50 kemasan per bulan yang dapat diserap pasar lokal. Permintaan ini bukan hanya sekadar kebutuhan konsumsi, tetapi juga terkait dengan gaya hidup praktis di kalangan masyarakat urban kecil di Sintang yang ingin menghemat waktu dalam memasak.

2) **Segmentasi Konsumen**

   Target konsumen Serbuk Rangkie cukup luas, yaitu masyarakat usia 17–50 tahun yang memiliki preferensi terhadap makanan pedas. Dari sisi segmentasi, produk ini mampu menjangkau anak muda (remaja/dewasa muda) sebagai pengguna praktis, serta ibu rumah tangga yang mengutamakan efisiensi. Namun, segmentasi ini masih terbatas pada pasar lokal. Di luar Sintang, konsumen lebih mengenal merek nasional seperti BonCabe, Ladaku, atau Abc Chili Powder, sehingga daya tarik Serbuk Rangkie harus diposisikan dengan diferensiasi “produk lokal, alami, dan berbasis komunitas”.

3) **Kualitas Permintaan**

   Berbeda dengan konsumen nasional yang sudah terbiasa dengan variasi rasa, level kepedasan, dan desain kemasan modern, konsumen Serbuk Rangkie di Sintang masih cenderung sederhana dalam preferensi. Hal ini membuat permintaan lokal tidak terlalu menuntut dari sisi inovasi produk, tetapi stabil dari sisi keberlanjutan. Di sisi lain, kualitas permintaan yang rendah dalam hal “sophistication” bisa menjadi penghambat inovasi jika

produsen hanya terpaku pada selera lokal dan tidak mengantisipasi kebutuhan pasar yang lebih luas.

4) Tantangan Persaingan dengan Produk Nasional

Ketika dibandingkan dengan produk nasional seperti BonCabe (harga Rp 10.000–15.000 untuk sachet kecil), Serbuk Rangkie (Rp 23.000/kemasan) menghadapi tantangan besar. Dari sisi harga, Rangkie lebih mahal, meskipun volumenya lebih besar. Namun, keunggulannya ada pada narasi lokal, kealamian bahan, dan keterhubungan dengan komunitas. Tantangan utamanya adalah bagaimana mengkomunikasikan diferensiasi ini ke konsumen agar harga premium bisa diterima di luar pasar Sintang.

5) Permintaan Potensial dan Laten

Secara potensial, ada peluang untuk memperluas permintaan dengan menggarap konsumen yang peduli pada produk lokal, organik, dan berbasis komunitas. Tren konsumen modern yang semakin sadar pada isu keberlanjutan dan *fair trade* bisa menjadi celah masuk bagi Rangkie jika dikembangkan dengan branding yang tepat. Namun, saat ini permintaan laten tersebut belum tergarap karena keterbatasan legalitas, kapasitas produksi, dan strategi distribusi.

Tabel 5.22
Ringkasan *Demand Conditions* – Serbuk Rangkie

Aspek Permintaan	Kondisi Serbuk Rangkie	Implikasi Strategis
Pasar Lokal	Basis permintaan stabil di Sintang; produksi ±35–50 kemasan/bulan.	Memberi pondasi awal, tapi kapasitas masih kecil.
Segmentasi Konsumen	Usia 17–50 tahun; pecinta pedas; pasar terbatas lokal.	Perluas segmentasi dengan diferensiasi “lokal, alami, komunitas”.

Aspek Permintaan	Kondisi Serbuk Rangkie	Implikasi Strategis
Kualitas Permintaan	Konsumen lokal sederhana, tidak menuntut inovasi.	Risiko stagnasi; perlu inovasi untuk masuk pasar lebih luas.
Persaingan Nasional	BonCabe & Ladaku lebih murah, variasi lebih banyak.	Rangkie harus menekankan diferensiasi non-harga (lokal & natural authenticity).
Permintaan Potensial	Tren organik & produk komunitas mendukung peluang pasar niche.	Perlu branding berbasis keberlanjutan & komunitas.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

3. *Related and Supporting Industries* – Serbuk Rangkie

Dalam Diamond Model Porter (1990), related and supporting industries merujuk pada keberadaan industri pendukung yang bisa memperkuat daya saing melalui penyediaan input, teknologi, riset, distribusi, hingga kelembagaan. Suatu produk akan lebih kompetitif bila berada dalam ekosistem industri yang sehat, saling mendukung, dan terhubung dengan baik.

1) Industri Bahan Baku dan Pertanian Lokal

Rangkie mendapatkan bahan baku dari petani cabe lokal di Desa Sungai Sintang. Hal ini menunjukkan adanya keterhubungan langsung antara produk dengan sektor pertanian masyarakat. Namun, belum terbentuk kelembagaan yang kuat seperti koperasi atau asosiasi petani cabe. Absennya kelembagaan ini membuat rantai pasok masih bergantung pada individu petani, sehingga kontinuitas dan harga bahan baku fluktuatif. Jika kelembagaan petani cabe diperkuat, maka daya saing Rangkie dapat lebih terjamin dalam jangka panjang.

2) Industri Pengolahan dan Teknologi Pangan

Industri pengolahan pangan yang mendukung masih terbatas. Produksi Rangkie mengandalkan teknologi sederhana (penjemuran, penggilingan, pengemasan manual). Belum ada hubungan yang signifikan dengan industri mesin pangan modern, penyedia bahan tambahan pangan, maupun lembaga riset teknologi pangan. Akibatnya, inovasi produk (misalnya varian rasa, tingkat kepedasan, atau fortifikasi gizi) masih minim, sehingga kalah dibanding kompetitor nasional seperti BonCabe.

3) Distribusi dan Retail

Rangkie sudah menembus beberapa saluran distribusi seperti **Holiday Mart, Kantor Pos Sintang, dan marketplace Shopee**. Ini menunjukkan adanya dukungan dari retail lokal dan platform digital, meski skala distribusinya masih kecil. Belum ada integrasi dengan jaringan retail regional atau nasional seperti Alfamart, Indomaret, atau supermarket besar. Dengan demikian, ekosistem distribusi Rangkie sudah mulai terbentuk, tetapi perlu diperluas agar produk bisa lebih dikenal di luar Sintang.

4) Dukungan Kelembagaan dan NGO

Peran NGO seperti **PUPUK Surabaya** cukup penting sebagai pendamping usaha. Selain itu, payung kelembagaan perhutanan sosial juga menjadi faktor pendukung karena memberi legitimasi kelembagaan. Dukungan ini bersifat strategis, terutama untuk legalitas awal dan penguatan kapasitas kelembagaan. Namun, dukungan kelembagaan formal dari perguruan tinggi, pemerintah provinsi, atau lembaga riset pangan nasional masih minim. Padahal, kehadiran lembaga-lembaga tersebut dapat mendorong standarisasi mutu dan pengembangan inovasi.

5) Ekosistem UMKM dan Kolaborasi Sosial

Sebagai UMKM, Rangkie berpotensi untuk berkolaborasi dengan pelaku usaha pangan lokal lain, seperti produsen camilan, kelompok perempuan desa, atau koperasi konsumsi. Sayangnya, ekosistem UMKM

lokal di Sintang masih belum terintegrasi dengan baik. Hal ini membatasi peluang kolaborasi lintas produk yang bisa memperkuat daya saing

Tabel 5.23
Ringkasan *Related and Supporting Industries* – Serbuk Rangkie

Aspek	Kondisi Serbuk Rangkie	Implikasi Strategis
Industri Bahan Baku	Bahan dari petani lokal; belum ada koperasi/asosiasi cabe.	Perlu kelembagaan petani untuk kontinuitas pasok.
Industri Pengolahan	Teknologi sederhana; belum terhubung ke industri pangan modern.	Perlu kolaborasi dengan penyedia mesin & riset pangan.
Distribusi & Retail	Sudah masuk Holiday Mart, Pos Sintang, Shopee.	Perluas ke retail regional/nasional agar pasar lebih luas.
Kelembagaan & NGO	Didukung NGO (PUPUK) & perhutanan sosial; minim dukungan riset formal.	Kolaborasi dengan perguruan tinggi & pemerintah provinsi sangat dibutuhkan.
Ekosistem UMKM	Kolaborasi lintas UMKM masih lemah.	Perlu integrasi UMKM untuk memperkuat skala ekonomi & pasar.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

4. *Firm Strategy, Structure, and Rivalry* – Serbuk Rangkie

Dalam Diamond Model Porter (1990), firm strategy, structure, and rivalry menekankan bagaimana strategi bisnis, bentuk kelembagaan, serta kondisi persaingan memengaruhi daya saing produk. Produk dengan strategi yang jelas, struktur organisasi yang efektif, dan persaingan yang menantang biasanya akan lebih inovatif dan berkelanjutan.

1) Strategi Usaha

Serbuk Rangkie lahir dari inisiatif **Kelompok Usaha Perhutanan Sosial (KUPS) Imbun Benua Maju Bersatu**. Strateginya berangkat dari kebutuhan untuk mengatasi kerugian petani akibat harga cabe segar yang sering anjlok, dengan cara mengolah cabe menjadi produk bubuk bernilai tambah. Strategi ini berbasis **problem solving** pada isu hulu (fluktuasi harga) sekaligus mengarah pada diversifikasi produk pangan. Namun, strategi pemasaran masih sederhana: mengandalkan distribusi terbatas ke retail lokal (Holiday Mart, Kantor Pos Sintang) dan penjualan online via Shopee. Artinya, strategi Rangkie masih bersifat lokal dan belum memiliki visi ekspansi nasional.

2) Struktur Organisasi

Sebagai KUPS, struktur organisasi Rangkie sederhana: ada pengurus inti, didukung 10 pekerja dengan 5 tenaga terampil. Struktur ini cocok untuk skala kecil karena fleksibel, tetapi kurang memadai untuk manajemen modern. Tidak ada unit khusus pemasaran, riset, atau pengembangan produk. Dengan struktur seperti ini, kapasitas organisasi terbatas pada produksi rutin, tanpa kemampuan untuk mendorong inovasi, branding, maupun ekspansi pasar besar.

3) **Rivalry Lokal**

Di tingkat lokal (Sintang dan sekitarnya), persaingan relatif rendah. Belum banyak UMKM lain yang memproduksi cabe bubuk secara terorganisir. Hal ini membuat Rangkie menempati posisi pionir lokal dengan identitas berbasis komunitas. Rivalitas lokal yang rendah memberi ruang bagi Rangkie untuk membangun loyalitas konsumen di Sintang, meski kapasitas produksinya masih terbatas.

4) Rivalry Nasional

Situasi berbeda terjadi di pasar nasional. Segmen chili powder sudah dikuasai merek besar seperti BonCabe, Ladaku, dan Abc Chili Powder.

Merek-merek ini unggul dalam hal harga lebih terjangkau (Rp 10.000–15.000), variasi rasa dan level kepedasan, legalitas (BPOM), serta distribusi luas ke seluruh Indonesia. Jika Rangkie masuk ke arena ini tanpa diferensiasi yang jelas, persaingannya akan sangat berat. Satu-satunya keunggulan Rangkie adalah narasi "produk lokal, natural authenticity, dan berbasis komunitas sosial", yang lebih cocok untuk pasar niche dibanding pasar massal.

5) Implikasi Strategis

Dari perspektif strategi dan rivalitas, Serbuk Rangkie berada di posisi *"local niche player*". Produk ini kuat di level lokal karena minim pesaing, tetapi rapuh di level nasional karena persaingan sangat ketat. Agar bisa naik kelas, strategi Rangkie harus menekankan diferensiasi berbasis cerita sosial, keaslian lokal, dan potensi organik, bukan bersaing langsung dengan produk industri besar. Selain itu, perlu ada transformasi organisasi menuju sistem manajemen lebih profesional, khususnya pada aspek pemasaran, legalitas, dan pengembangan produk.

Tabel 5.24
Ringkasan *Firm Strategy, Structure, and Rivalry* – Serbuk Rangkie

Aspek	Kondisi Serbuk Rangkie	Implikasi Strategis
Strategi Usaha	Fokus mengatasi fluktuasi harga cabe; distribusi lokal & Shopee.	Solusi bagi petani, tapi belum punya visi ekspansi nasional.
Struktur Organisasi	Dikelola KUPS; struktur sederhana; tenaga kerja terbatas.	Cocok untuk skala kecil, tapi lemah di manajemen modern.
Rivalry Lokal	Persaingan rendah; pionir di Sintang.	Kesempatan membangun loyalitas konsumen lokal.

Aspek	Kondisi Serbuk Rangkie	Implikasi Strategis
Rivalry Nasional	Persaingan ketat dengan BonCabe, Ladaku, Abc.	Tidak bisa head-to-head; perlu fokus pada niche market.
Implikasi Strategis	Local niche player berbasis komunitas.	Butuh diferensiasi (cerita sosial, organik, lokalitas) & profesionalisasi organisasi.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

5.3.3. Potensi Ekonomi, Sosial, Keberlanjutan

1. Potensi Ekonomi

Serbuk Rangkie memiliki potensi ekonomi yang signifikan karena mampu meningkatkan nilai tambah dari cabe rawit lokal. Alih-alih dijual segar dengan harga yang sangat fluktuatif, pengolahan menjadi serbuk mampu memberikan harga stabil Rp 23.000 per kemasan. Jika dibandingkan dengan produk sejenis seperti BonCabe atau Ladaku (Rp 10.000–15.000), harga Rangkie groindu lebih tinggi, tetapi dapat diposisikan sebagai produk premium berbasis lokal. Produk ini juga menciptakan multiplier effect dengan menyerap tenaga kerja (10 pekerja, 5 tenaga terampil), memperkuat rantai pasok lokal, dan membuka peluang pemasaran daring (Shopee) maupun retail kecil di Sintang. Dengan strategi tepat, Rangkie bisa berkontribusi pada peningkatan PDRB berbasis groindustry lokal.

2. Potensi Sosial

Dari sisi sosial, Serbuk Rangkie berperan dalam pemberdayaan petani dan kelompok masyarakat perhutanan sosial (KUPS). Produk ini lahir sebagai solusi atas kerugian petani cabe saat harga anjlok. Dengan adanya diversifikasi pengolahan cabe menjadi serbuk, petani memperoleh akses pasar baru, sehingga pendapatan lebih stabil. Selain itu, keberadaan Rangkie memperkuat identitas sosial komunitas lokal melalui narasi “produk khas Sintang”, yang menumbuhkan rasa kebanggaan masyarakat. Pada level konsumen, Rangkie juga

memperluas pilihan bumbu praktis yang berbasis kearifan lokal, sehingga meningkatkan keterhubungan antara produk pangan dengan identitas daerah.

3. Aspek Keberlanjutan

Keberlanjutan Rangkie menghadapi tantangan besar. Dari sisi bahan baku, ketersediaan cabe bergantung pada musim dan fluktuasi harga pasar. Ketika harga cabe segar naik tajam, daya saing produk serbuk bisa melemah. Dari sisi lingkungan, pengolahan cabe menjadi serbuk relatif rendah limbah, sehingga mendukung prinsip produksi bersih (clean production). Namun, keberlanjutan usaha juga ditentukan oleh aspek kelembagaan: apakah KUPS mampu menjaga kontinuitas produksi, legalitas produk (izin edar, BPOM), dan memperluas pasar di luar Sintang. Tanpa inovasi dan dukungan pemerintah, keberlanjutan Rangkie bisa terhambat oleh skala usaha yang kecil dan daya saing rendah dibanding produk nasional.

Tabel 5.25
Ringkasan Potensi Ekonomi, Sosial, dan Keberlanjutan Serbuk Rangkie

Aspek	Potensi Utama	Tantangan
Ekonomi	Meningkatkan nilai tambah cabe (Rp 23.000 per kemasan); menyerap tenaga kerja; kontribusi pada agroindustri lokal.	Harga lebih tinggi dari produk pesaing (BonCabe, Ladaku); pasar masih terbatas lokal.
Sosial	Pemberdayaan petani dan KUPS; solusi atas fluktuasi harga cabe; memperkuat identitas lokal.	Keterbatasan jangkauan distribusi; branding belum kuat.
Keberlanjutan	Produksi relatif ramah lingkungan; mendukung diversifikasi pangan lokal.	Ketersediaan bahan baku fluktuatif; kapasitas organisasi terbatas; legalitas dan izin edar belum maksimal.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

5.4. ANALISIS PUD: BISCO (BISKUIT STUNTING)

5.4.1. Analisis VRIO

1. Analisis Value BISCO (Biskuit Stunting)

Dalam kerangka VRIO Framework (Barney, 1991), dimensi Value menilai sejauh mana suatu sumber daya atau kapabilitas mampu menciptakan nilai tambah bagi konsumen maupun organisasi. Suatu produk dapat dikatakan memiliki valuable resources apabila ia: (1) mampu merespons peluang pasar, (2) menetralkan ancaman eksternal, dan (3) meningkatkan efisiensi atau efektivitas organisasi.

Bisco, sebagai biskuit berbasis ikan gabus lokal, memiliki **nilai strategis** yang kuat dalam konteks ekonomi, sosial, dan kesehatan masyarakat di Kabupaten Sintang dan Kalimantan Barat. Pertama, dari aspek **ekonomi**, Bisco menciptakan nilai tambah terhadap bahan baku lokal (ikan gabus) yang sebelumnya kurang dimanfaatkan secara optimal. Dengan mengolah gabus menjadi biskuit, produk ini tidak hanya meningkatkan daya guna komoditas perikanan lokal tetapi juga membuka peluang usaha bagi kelompok pembudidaya ikan.

Kedua, dari aspek **sosial**, Bisco memiliki relevansi tinggi dengan agenda pembangunan kesehatan daerah, terutama dalam penanganan stunting. Produk ini secara langsung menjawab kebutuhan gizi masyarakat, khususnya anak-anak di wilayah dengan angka stunting yang cukup tinggi. Fakta bahwa Bisco telah bermitra dengan pemerintah daerah, termasuk Dinas Ketahanan Pangan dan puskesmas, menunjukkan bahwa produk ini memiliki nilai kebijakan (*policy value*) yang signifikan. Artinya, Bisco tidak sekadar produk komersial, melainkan juga instrumen intervensi sosial melalui program gizi pemerintah.

Ketiga, dari aspek **nilai kesehatan**, Bisco menawarkan keunggulan nutrisi dibandingkan produk serupa di pasaran. Kandungan protein Bisco tercatat sebesar 5,9 gram per 50 gram, lebih tinggi dibandingkan kompetitor nasional seperti Milna yang rata-rata hanya 4 gram per 50 gram. Keunggulan ini menjadi

nilai diferensiasi penting karena secara langsung berkaitan dengan klaim kesehatan—yaitu memberikan asupan protein lebih tinggi yang krusial untuk pertumbuhan anak-anak.

Namun, nilai strategis Bisco ini juga memiliki keterbatasan. Selama ini pemasaran produk masih terbatas pada lingkup pemerintah daerah dan belum masuk ke pasar retail luas. Hal ini membuat nilai Bisco masih bersifat **tersegmentasi** dan rentan terhadap perubahan kebijakan atau prioritas pemerintah. Dengan demikian, meskipun nilai sosial dan kesehatan produk sangat tinggi, nilai ekonominya masih belum sepenuhnya terealisasi karena keterbatasan izin edar, distribusi, dan strategi penetrasi pasar.

Tabel 5.26
Analisis *Value* Bisco (VRIO)

Dimensi Value	Kondisi Saat Ini	Implikasi Strategis
Pemanfaatan bahan baku lokal	Ikan gabus Sintang diolah menjadi biskuit bergizi.	Memberikan nilai tambah pada komoditas lokal, mendorong ekonomi daerah.
Nilai sosial & kesehatan	Mendukung program pemerintah daerah dalam penanganan stunting; bermitra dengan puskesmas dan dinas terkait.	Produk memiliki *policy value* yang memperkuat legitimasi sosial.
Keunggulan nutrisi	Protein 5,9 gr/50 gr, lebih tinggi dibanding kompetitor (Milna ±4 gr).	Diferensiasi berbasis kualitas gizi; positioning sebagai biskuit sehat.
Keterbatasan pasar	Pemasaran masih terbatas pada kanal pemerintah; belum masuk retail.	Nilai produk rentan jika ketergantungan pada program

Dimensi Value	Kondisi Saat Ini	Implikasi Strategis
		pemerintah tidak diimbangi dengan ekspansi pasar.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

2. Analisis Rarity BISCO

Dalam kerangka VRIO Framework, dimensi rarity menekankan apakah sumber daya atau kapabilitas suatu produk jarang dimiliki atau sulit ditemukan oleh pesaing. Pada kasus Bisco (Biskuit Stunting), elemen kelangkaan dapat dilihat dari aspek bahan baku, proses formulasi, nilai sosial, serta dukungan kelembagaan.

a) **Keunikan Formulasi Berbasis Ikan Lokal**

Bisco menggunakan **ikan lokal** (seperti gabus/toman) sebagai sumber protein utama. Hal ini menciptakan keunggulan karena sebagian besar produk biskuit bergizi di pasaran masih berbasis gandum, kedelai, atau susu. Kandungan proteinnya mencapai **5,92**, lebih tinggi dibandingkan produk sejenis yang rata-rata di bawah 4. Dengan demikian, Bisco memiliki karakteristik kelangkaan yang tidak hanya bersumber dari bahan lokal, tetapi juga dari kandungan gizi yang relatif unggul.

b) **Segmentasi**

Dalam konteks *rarity*, segmentasi pasar Bisco yang spesifik pada isu stunting memang menjadi ciri khas yang membedakannya dari produk lain. Hal ini memberi legitimasi sosial yang kuat dan memperkuat perannya sebagai instrumen intervensi kebijakan kesehatan. Namun, pada saat yang sama, segmentasi yang terlalu sempit ini menghadirkan risiko persepsi di kalangan konsumen. Label “biskuit stunting” berpotensi menimbulkan stigma bahwa produk hanya layak dikonsumsi oleh anak-anak yang mengalami stunting, sehingga membatasi potensi ekspansi ke pasar retail

umum. Dalam perspektif daya saing, kondisi ini menjadikan kelangkaan Bisco bersifat *double-edged*: memberi keunikan yang jarang ditemui, tetapi sekaligus menutup peluang penetrasi pasar massal tanpa strategi rebranding yang tepat.

c) **Keterbatasan Kapasitas Produksi**

Data pesanan menunjukkan bahwa permintaan Bisco relatif stabil: **5.900 unit pada 2023, 5.042 unit pada 2024, dan 5.500 unit hingga Oktober 2025**. Jumlah ini masih terbatas dibandingkan skala distribusi produk nasional, sehingga membuat Bisco tetap menjadi produk yang jarang ditemui di pasaran luas, meskipun di level lokal cukup dikenal.

d) **Nilai Sosial dan Citra Daerah**

Bisco tidak hanya dipandang sebagai produk konsumsi, melainkan juga sebagai **simbol inovasi lokal** dalam penanganan masalah stunting. Kelangkaan ini lebih bersifat institusional dan simbolik, karena keterkaitannya dengan kebijakan publik menjadikannya produk dengan nilai sosial yang tinggi dan sulit digantikan oleh kompetitor komersial biasa.

Tabel 5.27
Analisis *Rarity* (Kelangkaan) Bisco

Aspek Kelangkaan	Kondisi pada Bisco	Implikasi Strategis
Bahan baku & gizi	Berbasis ikan lokal dengan protein 5,92 (lebih tinggi dari kompetitor).	Diferensiasi nutrisi kuat, mudah dikomunikasikan ke publik.
Segmentasi pasar	Fokus stunting memberi positioning unik & legitimasi sosial. Namun ada stigma negatif di pasar retail.	Perlu strategi rebranding agar bisa diterima konsumen umum.

Aspek Kelangkaan	Kondisi pada Bisco	Implikasi Strategis
Proses produksi	Gunakan teknik pengolahan semi-khas (Ikejime).	Nilai eksklusif, meski masih bisa ditiru.
Kapasitas produksi	Produksi 5.000–6.000 unit/tahun, distribusi terbatas via pemerintah.	Memberi kesan eksklusivitas, tapi membatasi skala ekonomi.
Nilai sosial & kelembagaan	Dikaitkan langsung dengan program pemerintah daerah.	Menjadi instrumen *policy-driven innovation* tapi rawan tergantung kebijakan.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

3. Analisis Imitability BISCO

Dalam kerangka VRIO Framework (Barney, 1991), dimensi Imitability menilai sejauh mana sumber daya atau kapabilitas suatu produk mudah atau sulit untuk ditiru oleh pesaing. Sumber daya yang sulit ditiru biasanya memiliki karakteristik path dependency (butuh waktu lama untuk dikembangkan), causal ambiguity (sulit dijelaskan proses pencapaiannya), atau social complexity (berkaitan dengan kepercayaan, relasi, dan legitimasi sosial).

a) **Formulasi Produk dan Bahan Baku**

Secara teknis, formulasi Bisco yang berbasis ikan gabus relatif **tidak sepenuhnya sulit ditiru**. Produsen lain dapat mereplikasi ide dasar pengolahan ikan gabus menjadi biskuit bergizi. Namun, terdapat hambatan pada aspek **ketersediaan bahan baku berkualitas**. Sintang memiliki posisi khusus karena menjadi salah satu daerah yang mengembangkan albumin gabus secara serius. Keunggulan geografis ini menciptakan *entry barrier* bagi pesaing di luar Kalimantan Barat yang tidak memiliki pasokan gabus cukup atau jaringan budidaya lokal.

b) **Diferensiasi Sosial dan Kelembagaan**

Nilai Bisco tidak hanya terletak pada kandungan gizinya, tetapi juga pada keterikatannya dengan **agenda kebijakan publik**, khususnya program penanggulangan stunting. Inilah yang membuat imitasi menjadi tidak sederhana. Sekalipun kompetitor dapat meniru resep dan proses produksi, mereka belum tentu mampu mereplikasi **legitimasi sosial dan dukungan kelembagaan** yang dimiliki Bisco melalui kemitraan dengan pemerintah daerah. Hal ini masuk kategori *social complexity*, yang secara teoritis sulit ditiru karena bergantung pada kepercayaan antaraktor, hubungan sosial, dan legitimasi politik.

c) **Teknologi dan Inovasi Produksi**

Metode produksi Bisco masih menggunakan kombinasi manual dan semi-modern. Beberapa teknik pengolahan, seperti perlakuan ikan dengan metode khusus untuk menjaga kandungan gizi, memang bisa dipelajari oleh pesaing. Artinya, dari sisi teknologi, *imitability* relatif tinggi. Akan tetapi, diferensiasi dapat dijaga dengan melakukan **penelitian lanjutan, sertifikasi mutu, dan branding kesehatan**. Tanpa langkah ini, Bisco akan mudah kehilangan posisi uniknya di pasar begitu pesaing masuk.

d) **Identitas dan Branding Produk**

Di sisi lain, branding Bisco sebagai “biskuit stunting” memberikan kekhasan yang sulit ditiru secara langsung karena melekat dengan konteks sosial dan kebijakan daerah. Namun, sebagaimana dibahas pada bagian *rarity*, branding ini juga memiliki risiko stigma bagi pasar retail. Artinya, aspek branding menciptakan imitasi yang sulit dalam konteks sosial, tetapi membatasi daya tarik pasar yang lebih luas. Untuk menjaga keunggulan, perlu strategi rebranding agar nilai sosial tetap dipertahankan sambil membuka peluang pasar umum.

Tabel 5.28
Analisis *Imitability* Bisco

Aspek Imitability	Kondisi pada Bisco	Implikasi Strategis
Formulasi & bahan baku	Resep biskuit gabus bisa ditiru, tetapi pasokan gabus berkualitas relatif terbatas di luar Sintang.	Perlu penguatan klaster budidaya gabus agar keunggulan bahan baku tetap terjaga.
Sosial & kelembagaan	Kemitraan dengan pemerintah daerah memberi legitimasi sosial unik. Sulit ditiru pesaing.	Jaga hubungan kelembagaan & kembangkan kemitraan baru agar posisi makin kuat.
Teknologi produksi	Proses produksi semi-modern dapat ditiru.	Inovasi lanjutan & sertifikasi mutu diperlukan untuk menjaga diferensiasi.
Identitas & branding	Label “biskuit stunting” unik dan sulit ditiru secara sosial, tapi berisiko membatasi pasar retail.	Perlu strategi rebranding agar tetap relevan di pasar massal tanpa kehilangan legitimasi sosial.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

4. Analisis Organization BISCO

Dalam kerangka VRIO Framework (Barney, 1991), dimensi Organization menilai sejauh mana perusahaan atau institusi memiliki sistem, struktur, dan dukungan kelembagaan yang mampu memaksimalkan nilai (value), kelangkaan (rarity), dan hambatan imitasi (imitability) yang dimiliki produk. Sumber daya yang berharga, langka, dan sulit ditiru hanya dapat menghasilkan keunggulan kompetitif berkelanjutan apabila didukung oleh organisasi yang tepat.

a) Struktur Internal dan Manajemen

Bisco diproduksi oleh PT Semesta Sintang Lestari (SSL), sebuah UMKM berbasis inovasi lokal yang memiliki struktur organisasi sederhana. Manajemen inti terdiri dari pendiri dengan latar belakang keilmuan di bidang sains, khususnya farmasi dan kimia. Struktur yang ramping memungkinkan fleksibilitas dalam pengambilan keputusan, namun juga membatasi kapasitas dalam hal pemasaran, legalitas, dan distribusi berskala besar. Artinya, organisasi internal memiliki kapasitas dasar untuk produksi dan inovasi, tetapi belum sepenuhnya mampu menopang ekspansi pasar yang lebih luas tanpa dukungan eksternal.

b) Dukungan Kelembagaan Pemerintah

Kekuatan utama Bisco terletak pada dukungan kelembagaan pemerintah daerah. Produk ini telah dijadikan bagian dari program resmi dalam penanggulangan stunting, dengan pembelian dan distribusi yang difasilitasi oleh dinas terkait. Dukungan ini menjadikan Bisco memiliki "akses pasar instan" melalui saluran kebijakan publik, sesuatu yang jarang dimiliki oleh produk UMKM lainnya. Dari perspektif organisasi, kemitraan ini menunjukkan adanya kapasitas kelembagaan eksternal yang menopang keberlangsungan Bisco. Namun, ketergantungan yang terlalu besar pada pasar pemerintah juga menghadirkan risiko jika prioritas kebijakan berubah.

c) Sistem Produksi dan Standarisasi

Dari sisi produksi, Bisco masih beroperasi dengan kapasitas terbatas dan belum memiliki sistem standarisasi mutu yang setara dengan produk pangan industri besar. Belum adanya sertifikasi nasional (seperti BPOM atau SNI) membatasi akses ke pasar retail modern. Secara organisasi, ini menunjukkan bahwa meskipun SSL memiliki kemampuan produksi dasar, kapasitas kelembagaan untuk memastikan mutu dan legalitas masih lemah. Tanpa perbaikan pada aspek ini, keunggulan yang dimiliki Bisco akan sulit dimaksimalkan.

d) Kolaborasi dan Jaringan Eksternal

Organisasi Bisco juga ditopang oleh jejaring eksternal, baik melalui kerja sama dengan lembaga kesehatan, laboratorium pengujian, maupun institusi pemerintah. Kolaborasi ini menjadi aset kelembagaan yang penting karena memperluas legitimasi dan memperkuat posisi Bisco sebagai produk kesehatan lokal. Namun, jejaring ini belum sepenuhnya berkembang ke sektor swasta (misalnya ritel modern, e-commerce, atau distribusi farmasi nasional).

Tabel 5.29
Analisis *Organization* Bisco

Aspek Organization	Kondisi pada Bisco	Implikasi Strategis
Struktur internal & manajemen	Dikelola oleh UMKM dengan struktur sederhana; manajemen inti berlatar sains.	Fleksibel untuk inovasi, tetapi terbatas dalam ekspansi pasar.
Dukungan kelembagaan pemerintah	Didukung program pemerintah daerah dalam penanggulangan stunting.	Memberikan akses pasar berbasis kebijakan, tetapi berisiko jika kebijakan berubah.
Sistem produksi & standarisasi	Produksi terbatas; belum memiliki sertifikasi BPOM/SNI.	Perlu penguatan legalitas & standarisasi untuk penetrasi pasar retail.
Kolaborasi & jaringan eksternal	Ada jejaring dengan dinas, puskesmas, dan lab uji; minim kolaborasi swasta/ritel.	Perluas jaringan ke sektor swasta untuk memperkuat daya saing.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

5.4.2. Analisis Diamond Porter PUD BISCO

1. *Factor Conditions* – BISCO

Dalam Diamond Model Porter (1990), factor conditions mencakup ketersediaan faktor produksi dasar (seperti bahan baku, tenaga kerja, modal, infrastruktur) maupun faktor lanjutan (teknologi, riset, kapasitas inovasi) yang mendukung daya saing produk. Semakin unggul kualitas faktor ini, semakin besar peluang sebuah produk mencapai keunggulan kompetitif.

a) **Bahan Baku**

Bisco memanfaatkan ikan gabus (Channa striata) sebagai bahan baku utama. Pemilihan ini tidak hanya karena gabus memiliki kandungan albumin tinggi, tetapi juga karena secara lokal tersedia di perairan Sintang. Dengan mengolah gabus menjadi biskuit bergizi, Bisco memberikan nilai tambah pada komoditas lokal yang sebelumnya lebih sering dijual sebagai ikan konsumsi segar. Namun, ketersediaan bahan baku masih menghadapi tantangan. Pasokan gabus budidaya belum sepenuhnya stabil, sementara gabus tangkapan alam memiliki risiko kontaminasi logam berat akibat aktivitas pertambangan emas tanpa izin (PETI) di daerah aliran Sungai Kapuas. Ini menimbulkan risiko jangka panjang bagi keberlanjutan bahan baku.

b) **Tenaga Kerja dan SDM**

Produksi Bisco dijalankan oleh UMKM dengan mayoritas tenaga kerja berasal dari masyarakat lokal, terutama perempuan. Hal ini menciptakan nilai sosial dalam bentuk pemberdayaan tenaga kerja rentan. Dari sisi kompetensi, SDM manajemen berasal dari latar belakang sains, khususnya farmasi dan kimia, sehingga memiliki kapasitas dasar dalam menjaga aspek higienitas dan formulasi produk. Namun, keterbatasan jumlah tenaga ahli di bidang gizi dan teknologi pangan membuat pengembangan produk belum optimal untuk bersaing dengan produsen besar di sektor pangan fungsional.

c) **Infrastruktur dan Modal**

Bisco diproduksi di fasilitas sederhana dengan peralatan semi-modern. Infrastruktur dasar sudah tersedia (ruang produksi, alat pengolah), tetapi belum mencapai standar industri besar. Modal usaha sebagian besar diperoleh dari reinvestasi keuntungan dan dukungan pemerintah daerah melalui program kemitraan. Keterbatasan modal menjadi penghalang untuk meningkatkan kapasitas produksi, melakukan riset lanjutan, maupun memperoleh sertifikasi mutu seperti BPOM atau SNI.

d) **Teknologi dan Riset**

Secara teknologi, Bisco masih menggunakan metode produksi manual dan semi-otomatis. Ada upaya menjaga kualitas gizi melalui teknik khusus (seperti perlakuan bahan baku ikan sebelum diolah), tetapi belum didukung riset formal skala besar. Keunggulan riset terbatas pada hasil laboratorium yang menunjukkan kandungan protein tinggi dibandingkan produk sejenis. Ini menunjukkan potensi diferensiasi, namun inovasi produk dan diversifikasi rasa/varian masih terbatas.

e) Lingkungan dan Keberlanjutan

Faktor lingkungan menjadi isu strategis. Ketersediaan ikan gabus dari alam terancam pencemaran, sehingga keberlanjutan produk hanya dapat dijamin melalui pengembangan budidaya ikan gabus yang lebih sistematis. Pada saat yang sama, pengolahan limbah produksi (misalnya sisa bahan baku) belum sepenuhnya dikembangkan menjadi produk turunan seperti pada Albuneo. Hal ini menunjukkan bahwa faktor keberlanjutan masih menjadi pekerjaan rumah dalam rantai produksi Bisco.

Tabel 5.30
Ringkasan *Factor Conditions* – Bisco

Aspek	Kondisi pada Bisco	Implikasi Strategis
Bahan Baku	Berbasis ikan gabus lokal; pasokan budidaya terbatas, tangkapan alam berisiko tercemar.	Perlu penguatan budidaya ikan gabus untuk menjamin keberlanjutan pasokan.
SDM & Tenaga Kerja	Mayoritas tenaga kerja lokal (perempuan); manajemen berlatar sains.	Memberi nilai sosial, tetapi butuh penguatan kapasitas gizi & teknologi pangan.
Infrastruktur & Modal	Fasilitas sederhana, modal terbatas, belum memiliki sertifikasi BPOM/SNI.	Perlu dukungan modal eksternal & peningkatan infrastruktur produksi.
Teknologi & Riset	Produksi semi-modern; riset terbatas pada uji kandungan protein.	Perlu diversifikasi produk & riset formal agar lebih kompetitif.
Lingkungan & Keberlanjutan	Pasokan alam terancam pencemaran; belum ada optimalisasi limbah produksi.	Budidaya berkelanjutan & inovasi pemanfaatan limbah jadi kunci jangka panjang.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

2. *Demand Conditions* – BISCO

Dalam Diamond Model Porter (1990), demand conditions menekankan pada karakteristik, kualitas, dan arah perkembangan permintaan pasar. Permintaan yang kuat dan menuntut (sophisticated demand) mendorong perusahaan untuk meningkatkan mutu, memperluas kapasitas, dan berinovasi.

Dengan kata lain, konsumen yang cerdas dan kebutuhan pasar yang mendesak menjadi katalis utama bagi peningkatan daya saing produk.

a) **Kebutuhan Pasar yang Mendesak (Stunting)**

Bisco hadir sebagai respons terhadap persoalan gizi kronis, khususnya **stunting**, yang masih menjadi masalah serius di Kabupaten Sintang dan Kalimantan Barat. Tingginya prevalensi stunting membuat permintaan terhadap produk intervensi gizi sangat relevan dan mendesak. Permintaan ini memiliki dimensi sosial sekaligus ekonomi: pemerintah daerah dan tenaga kesehatan membutuhkan produk yang mampu meningkatkan status gizi anak-anak, sementara masyarakat melihat Bisco sebagai solusi praktis dalam memenuhi kebutuhan protein anak. Dalam hal ini, Bisco secara langsung menjawab kebutuhan *problem-driven demand* yang spesifik.

b) **Segmentasi Pasar**

Permintaan terhadap Bisco sejauh ini lebih banyak datang dari pemerintah daerah dan lembaga kesehatan, karena produk ini terintegrasi dengan program penanggulangan stunting. Segmentasi ini memberi Bisco keunggulan legitimasi, namun juga menghadirkan risiko. Di satu sisi, basis permintaan dari pemerintah menjamin adanya pasar institusional yang relatif stabil. Di sisi lain, segmentasi yang terlalu sempit berpotensi menghambat penetrasi pasar retail. Branding sebagai "biskuit stunting" dapat menimbulkan stigma di masyarakat umum, seolah produk hanya cocok untuk anak-anak yang mengalami stunting. Ini membuat Bisco perlu melakukan rebranding jika ingin masuk ke pasar komersial yang lebih luas.

c) Daya Tarik Nutrisi dan Diferensiasi

Permintaan terhadap Bisco juga dipengaruhi oleh diferensiasi nilai gizinya. Dengan kandungan protein 5,92 gram/50 gram, Bisco lebih tinggi dibandingkan biskuit bergizi komersial nasional seperti Milna (±4 gram/50 gram). Fakta ini meningkatkan daya tarik konsumen yang peduli gizi, terutama kelompok orang tua di perkotaan yang semakin sadar akan

pentingnya suplemen berbasis protein alami. Diferensiasi ini berpotensi menciptakan ceruk permintaan baru di luar pasar pemerintah, terutama di kalangan masyarakat kelas menengah yang mengutamakan kesehatan anak.

d) Realisasi Permintaan dan Volume

Produksi Data penjualan menunjukkan bahwa permintaan Bisco relatif stabil dalam tiga tahun terakhir, berkisar antara 5.000–6.000 unit per tahun. Angka ini mencerminkan adanya pasar nyata, meskipun skalanya masih kecil dibandingkan potensi pasar retail. Stabilitas ini memperlihatkan bahwa meskipun permintaan belum masif, ada basis pengguna yang konsisten, khususnya karena Bisco terikat dengan jaringan program kesehatan pemerintah.

e) Tantangan Perluasan Pasar

Permintaan terhadap Bisco masih terkendala legalitas (belum ada izin BPOM/SNI) dan strategi distribusi. Tanpa sertifikasi resmi, sulit bagi produk ini untuk masuk ke kanal retail modern atau apotek. Dengan demikian, meskipun terdapat latent demand yang luas, realisasi permintaan tetap terbatas. Tantangan utamanya adalah mengubah permintaan laten tersebut menjadi permintaan efektif melalui legalisasi, branding ulang, dan distribusi retail.

Tabel 5.31
Ringkasan *Demand Conditions* – Bisco

Aspek Permintaan	Kondisi pada Bisco	Implikasi Strategis
Kebutuhan pasar	Hadir untuk menjawab masalah stunting di Sintang & Kalbar.	Permintaan berbasis kebutuhan mendesak memberi legitimasi sosial yang kuat.

Aspek Permintaan	Kondisi pada Bisco	Implikasi Strategis
Segmentasi	Fokus pada pemerintah & lembaga kesehatan; branding sebagai "biskuit stunting" menimbulkan stigma di pasar umum.	Pasar institusional kuat, tetapi perlu rebranding agar bisa masuk pasar retail.
Diferensiasi gizi	Kandungan protein lebih tinggi dibanding kompetitor komersial.	Dapat menarik segmen orang tua kelas menengah peduli gizi.
Realisasi volume	Produksi stabil ±5.000–6.000 unit/tahun.	Menunjukkan pasar nyata meski masih kecil; perlu ekspansi untuk skala ekonomi.
Tantangan pasar	Terhambat legalitas (BPOM/SNI) dan distribusi retail.	Perlu legalisasi & strategi distribusi agar permintaan laten jadi permintaan efektif.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

3. *Related and Suppporting Industries* – BISCO

Menurut Porter (1990), related and supporting industries adalah keberadaan sektor-sektor pendukung yang mampu memperkuat daya saing produk utama melalui ketersediaan input, teknologi, distribusi, maupun kelembagaan riset. Keberhasilan produk bukan hanya ditentukan oleh perusahaan inti, tetapi juga oleh ekosistem industri yang menopang rantai pasok dan memperluas peluang inovasi.

a) Industri Bahan Baku (Budidaya Ikan Gabus) Bisco sangat bergantung pada ketersediaan ikan gabus sebagai sumber protein. Hingga kini, sebagian

besar pasokan gabus masih berasal dari pembudidaya lokal dengan kapasitas terbatas. Belum adanya kelembagaan formal seperti koperasi perikanan atau klaster budidaya membuat pasokan bahan baku rentan terhadap fluktuasi harga dan volume. Hal ini menjadi faktor penentu keberhasilan Bisco, karena tanpa kontinuitas bahan baku, kapasitas produksi tidak bisa ditingkatkan. Dengan kata lain, sektor budidaya ikan gabus adalah industri pendukung kunci yang belum sepenuhnya matang.

b) Industri Pengolahan Pangan dan Teknologi Sebagai produk pangan olahan, Bisco masih menggunakan peralatan semi-modern. Industri pendukung berupa produsen mesin pengolah pangan, penyedia bahan tambahan pangan, serta lembaga sertifikasi pangan menjadi sangat penting untuk mendorong peningkatan kualitas produk. Saat ini, keterhubungan Bisco dengan sektor ini masih terbatas. Belum adanya sertifikasi BPOM atau SNI menunjukkan bahwa dukungan dari industri teknologi pangan dan lembaga sertifikasi belum sepenuhnya optimal.
c) Lembaga Riset dan Laboratorium Ekosistem riset dan pengujian mutu menjadi pilar pendukung lain. Uji kandungan gizi yang menunjukkan keunggulan protein Bisco menjadi bukti awal kontribusi laboratorium eksternal. Namun, keterlibatan universitas atau lembaga riset daerah masih minim. Seandainya ada kolaborasi riset lebih mendalam, Bisco dapat mengembangkan inovasi varian produk, diversifikasi rasa, hingga penguatan aspek keamanan pangan. Dalam kerangka Porter, lemahnya dukungan riset membatasi percepatan inovasi dan standarisasi.
d) Jaringan Distribusi dan Mitra Institusional Bisco memiliki hubungan erat dengan pemerintah daerah dan puskesmas sebagai saluran distribusi utama. Dukungan kelembagaan ini memberi jaminan pasar, tetapi sifatnya masih terbatas pada program stunting. Belum ada kolaborasi yang kuat dengan industri retail modern, e-commerce, atau distributor farmasi yang dapat

memperluas cakupan pasar. Artinya, ekosistem distribusi Bisco masih bersifat tertutup, bergantung pada jalur kebijakan publik.

e) Ekosistem UMKM dan Sosial Sebagai UMKM, Bisco memiliki peluang untuk berintegrasi ke dalam ekosistem UMKM pangan lokal. Namun, kolaborasi lintas pelaku (misalnya dengan produsen pangan lain, koperasi wanita, atau komunitas gizi) masih lemah. Padahal, sinergi dengan UMKM lain dapat menurunkan biaya produksi melalui shared facilities atau memperluas akses pasar.

Tabel 5.32
Ringkasan *Related and Supporting Industries* – Bisco

Aspek	Kondisi pada Bisco	Implikasi Strategis
Industri bahan baku	Pasokan gabus dari budidaya lokal terbatas, belum ada kelembagaan formal.	Penguatan klaster budidaya gabus sangat penting untuk kontinuitas produksi.
Industri pengolahan & teknologi pangan	Produksi semi-modern; belum ada sertifikasi BPOM/SNI.	Perlu dukungan industri teknologi & lembaga sertifikasi untuk peningkatan kualitas.
Riset & laboratorium	Ada uji gizi awal, tapi keterlibatan perguruan tinggi/lembaga riset masih minim.	Kolaborasi riset diperlukan untuk inovasi dan diversifikasi produk.
Distribusi & mitra institusional	Bergantung pada pemerintah & puskesmas; belum masuk retail modern.	Perluasan kanal distribusi ke retail & e-commerce agar pasar lebih luas.
Ekosistem UMKM & sosial	Kolaborasi lintas UMKM masih lemah.	Integrasi ke ekosistem UMKM dapat memperkuat

Aspek	Kondisi pada Bisco	Implikasi Strategis
		daya saing dan skala ekonomi.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

4. *Firm Strategy, Structure, and Rivalry* – BISCO

Dalam kerangka Diamond Model Porter (1990), dimensi firm strategy, structure, and rivalry menilai bagaimana strategi perusahaan, struktur organisasinya, serta kondisi persaingan dalam industri membentuk daya saing. Keunggulan kompetitif tidak hanya bergantung pada produk, tetapi juga pada bagaimana organisasi mengelola strategi bisnisnya serta merespons tekanan persaingan.

1. Strategi Perusahaan

Strategi Bisco sejak awal diarahkan untuk menjadi produk intervensi gizi yang terhubung langsung dengan program pemerintah dalam penanggulangan stunting. Pendekatan ini memberi keunggulan strategis karena Bisco memiliki pasar institusional yang relatif terjamin melalui kerja sama dengan pemerintah daerah, dinas kesehatan, dan puskesmas. Namun, strategi yang sangat bergantung pada pasar pemerintah juga menciptakan keterbatasan. Bisco belum memiliki strategi komersialisasi yang jelas untuk masuk ke pasar retail, baik melalui toko modern maupun e-commerce. Dengan demikian, strategi Bisco dapat dikatakan masih bersifat *policy-driven* ketimbang *market-driven*.

2. Struktur Organisasi

Sebagai bagian dari PT Semesta Sintang Lestari, Bisco dikelola oleh organisasi dengan struktur UMKM sederhana. Struktur ini memberi fleksibilitas tinggi, terutama dalam inovasi formulasi dan adaptasi terhadap kebijakan pemerintah. Namun, kelemahan utamanya adalah keterbatasan

dalam kapasitas manajemen skala besar, seperti pemasaran massal, jaringan distribusi retail, dan standarisasi mutu. Untuk meningkatkan daya saing, struktur kelembagaan perlu diperkuat dengan unit khusus yang menangani pemasaran, sertifikasi, dan riset pengembangan produk.

3. **Rivalry (Persaingan Industri)**

   Dari perspektif persaingan, posisi Bisco unik. Di tingkat lokal Sintang dan Kalimantan Barat, hampir tidak ada pesaing langsung yang menawarkan biskuit berbasis ikan gabus dengan fokus stunting. Hal ini memberi Bisco posisi sebagai pionir. Namun, di tingkat nasional, kompetisi jauh lebih ketat. Produk-produk biskuit bergizi komersial (misalnya Milna, Promina, atau produk impor) sudah menguasai pasar dengan legalitas lengkap, skala produksi besar, dan jaringan distribusi luas. Selain itu, terdapat potensi pesaing baru dari UMKM lain yang bisa meniru ide produk berbasis ikan lokal. Bisco harus siap menghadapi persaingan ini dengan memperkuat diferensiasi berbasis gizi, lokalitas, dan legitimasi sosial.

4. **Implikasi Strategis**

   Secara keseluruhan, strategi Bisco menunjukkan kekuatan pada **konektivitas kelembagaan dengan pemerintah** dan kelemahan pada **orientasi pasar bebas**. Rivalitas lokal masih lemah, tetapi di level nasional dan global kompetisi sangat ketat. Untuk menjaga keunggulan, Bisco perlu bertransformasi dari produk berbasis proyek kebijakan menjadi **produk komersial berstandar nasional**. Hal ini memerlukan strategi ganda: tetap mempertahankan pasar institusional, tetapi sekaligus menyiapkan ekspansi ke pasar retail dengan branding dan legalitas yang lebih kuat.

Tabel 5.33
Ringkasan – *Firm Strategy, Structure, and Rivalry* Bisco

Aspek	Kondisi pada Bisco	Implikasi Strategis
Strategi	Fokus pada pasar pemerintah (program stunting).	Memberi kepastian pasar, tapi membatasi ekspansi retail; perlu strategi ganda (policy-driven & market-driven).
Struktur Organisasi	UMKM dengan struktur sederhana, fleksibel tapi terbatas kapasitas manajemen.	Perlu unit khusus pemasaran, sertifikasi, dan R&D agar siap ekspansi.
Persaingan Lokal	Hampir tidak ada pesaing langsung di Sintang/Kalbar.	Posisi pionir lokal; bisa menguasai ceruk pasar daerah.
Persaingan Nasional	Ketat dengan produk biskuit bergizi komersial (Milna, Promina, dll).	Perlu diferensiasi kuat berbasis gizi, lokalitas, dan branding kesehatan.
Arah Rivalry	Belum masuk arena retail → rivalitas terbatas.	Begitu masuk pasar komersial, rivalitas bisa jadi pemicu inovasi & efisiensi.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

5.4.3. Potensi Ekonomi, Sosial, Keberlanjutan

1. Potensi Ekonomi

Bisco memiliki potensi ekonomi yang signifikan karena memanfaatkan sumber daya lokal (ikan gabus) sebagai bahan baku dengan nilai gizi tinggi. Dengan mengolah gabus menjadi biskuit, UMKM di bawah PT Semesta Sintang Lestari berhasil menciptakan value added product yang lebih bernilai dibandingkan penjualan ikan segar. Harga jual produk yang kompetitif namun

unggul secara gizi menjadikannya memiliki peluang untuk menempati ceruk pasar produk pangan fungsional.

Di sisi lain, kehadiran Bisco memberi efek pengganda (multiplier effect) bagi ekonomi lokal. Rantai pasok yang melibatkan pembudidaya ikan, tenaga kerja perempuan, serta distribusi melalui dinas terkait memperluas dampak ekonomi pada berbagai lapisan masyarakat. Jika legalitas (BPOM/SNI) dapat diperoleh, Bisco berpotensi masuk ke pasar retail modern dan memperluas kontribusinya terhadap perekonomian daerah.

2. Potensi Sosial (Fungsi Intervensi Gizi Anak)

Fungsi sosial Bisco sangat menonjol. Produk ini bukan sekadar camilan bergizi, melainkan instrumen intervensi gizi anak yang dirancang untuk mendukung program pemerintah dalam penanggulangan stunting. Kandungan protein yang lebih tinggi dibandingkan produk nasional komersial menjadikannya relevan untuk kelompok anak-anak dengan risiko gizi kronis. Melalui distribusi yang difasilitasi pemerintah daerah dan puskesmas, Bisco telah menempati peran strategis sebagai social good, yaitu produk yang tidak hanya bernilai ekonomis tetapi juga memberikan kontribusi nyata pada peningkatan kesehatan masyarakat.

Bisco juga memperkuat citra sosial Kabupaten Sintang sebagai daerah yang mampu mengembangkan inovasi lokal untuk mengatasi masalah pembangunan. Produk ini dapat berfungsi sebagai simbol kemandirian daerah dalam mengintegrasikan sektor pangan lokal dengan agenda kesehatan publik.

3. Tantangan Produksi

Meskipun potensinya besar, Bisco menghadapi berbagai tantangan dalam produksi. Pertama, kapasitas produksi masih terbatas pada skala UMKM dengan volume sekitar 5.000–6.000 unit per tahun. Keterbatasan alat, modal, dan tenaga kerja terampil membuat produksi tidak dapat ditingkatkan secara signifikan untuk memenuhi permintaan lebih luas. Kedua, pasokan bahan baku gabus juga belum stabil. Budidaya ikan gabus belum dikembangkan secara besar-besaran,

sementara pasokan dari alam menghadapi risiko pencemaran lingkungan. Kondisi ini membuat keberlanjutan produksi bergantung pada intervensi hulu dalam bentuk penguatan budidaya.

4. Tantangan Distribusi

Dari sisi distribusi, Bisco masih bergantung pada kanal pemerintah daerah dan puskesmas. Ketergantungan ini memberi kepastian pasar dalam jangka pendek, tetapi membatasi akses ke konsumen umum. Branding sebagai "biskuit stunting" juga menimbulkan stigma, karena masyarakat umum bisa menganggap produk ini hanya cocok untuk anak-anak dengan masalah gizi. Di samping itu, belum adanya sertifikasi BPOM/SNI menutup peluang Bisco masuk ke jaringan retail modern, e-commerce besar, maupun pasar farmasi. Dengan demikian, tantangan distribusi berkisar pada keterbatasan kanal, risiko stigma, dan hambatan legalitas.

5. Aspek Keberlanjutan

Potensi keberlanjutan Bisco sangat erat kaitannya dengan dua faktor: **keberlanjutan bahan baku dan keberlanjutan kelembagaan**. Dari sisi bahan baku, kunci keberlanjutan terletak pada pengembangan budidaya gabus skala menengah hingga besar. Dari sisi kelembagaan, keberlanjutan hanya bisa terjamin jika Bisco tidak sepenuhnya bergantung pada program pemerintah, melainkan juga masuk ke pasar retail dengan branding universal. Dengan kombinasi keduanya, Bisco dapat berkembang dari produk berbasis kebijakan menjadi produk pangan fungsional yang berdaya saing nasional.

Tabel 5.34
Ringkasan – Potensi Ekonomi, Sosial, dan Keberlanjutan Bisco

Dimensi	Kondisi Bisco	Implikasi Strategis
Potensi Ekonomi	Produk berbasis ikan gabus; memberi nilai tambah & efek pengganda ekonomi lokal.	Berpotensi masuk pasar retail modern jika legalitas diperoleh.

Dimensi	Kondisi Bisco	Implikasi Strategis
Fungsi Sosial	Instrumen intervensi gizi anak; mendukung program penanggulangan stunting pemerintah.	Memperkuat citra sosial daerah; Bisco jadi *social good* dengan legitimasi tinggi.
Tantangan Produksi	Kapasitas terbatas ±5.000–6.000 unit/tahun; pasokan gabus belum stabil; alat & modal terbatas.	Perlu penguatan budidaya gabus & investasi alat produksi.
Tantangan Distribusi	Distribusi bergantung pada pemerintah; belum BPOM/SNI; stigma "biskuit stunting" membatasi pasar umum.	Perlu legalitas, diversifikasi kanal distribusi, & rebranding untuk pasar retail.
Keberlanjutan	Tergantung budidaya gabus & kelembagaan pasar.	Strategi ganda: perkuat hulu (budidaya) + perluas hilir (retail & rebranding).

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

5.5. KOMPARASI DAN INTEGRASI STRATEGI TERHADAP PUD

Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PUD) Kabupaten Sintang melalui Albuneo, Bisco, dan Serbuk Rangkie menunjukkan keragaman pendekatan strategi yang dipengaruhi oleh karakteristik produk, segmentasi pasar, dan tujuan sosial-ekonomi yang ingin dicapai. Masing-masing produk memiliki keunggulan spesifik, sekaligus tantangan yang berbeda. Oleh karena itu, analisis komparatif dan integratif menjadi penting untuk menemukan pola sinergi antar produk, sehingga strategi pengembangan tidak berjalan secara terpisah, melainkan saling memperkuat dalam kerangka pembangunan daerah.

Dari sisi **komparasi**, Albuneo menonjol dengan diferensiasi berbasis kesehatan. Sebagai suplemen alami dari albumin ikan gabus, produk ini memiliki nilai tambah tinggi, terutama bagi penderita penyakit kronis, pasien pasca operasi, dan bahkan penderita diabetes. Namun, daya saing Albuneo sangat dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku yang berkelanjutan, risiko kontaminasi merkuri, serta kendala perizinan edar yang membatasi penetrasi pasar. Berbeda dengan itu, Bisco hadir dengan strategi sosial, yaitu sebagai biskuit intervensi gizi anak untuk mendukung program penanggulangan stunting. Posisinya yang kuat adalah dukungan pemerintah daerah sebagai mitra utama distribusi, meski tantangan stigma "biskuit stunting" berpotensi menghambat penerimaan pasar retail yang lebih luas. Sementara itu, Serbuk Rangkie berfokus pada pemberdayaan komunitas dan diversifikasi pangan lokal, khususnya sebagai solusi atas fluktuasi harga cabe segar. Dengan narasi khas Sintang, Rangkie mampu membangun identitas lokal, meski daya saingnya lemah bila dibandingkan dengan produk nasional seperti BonCabe dan Ladaku yang telah mapan secara harga, distribusi, dan branding.

Sementara dari sisi **integrasi**, ketiga produk ini memiliki potensi sinergi yang dapat dikelola secara terpadu. Albuneo dan Bisco dapat ditempatkan dalam satu klaster pangan fungsional berbasis ikan gabus, dengan diferensiasi antara suplemen kesehatan dan pangan intervensi gizi. Integrasi ini dapat memudahkan promosi bersama sebagai inovasi lokal berbasis kesehatan masyarakat. Di sisi lain, Serbuk Rangkie meski berada pada klaster berbeda, yakni bumbu dan diversifikasi pangan—dapat menjadi bagian dari ekosistem branding "Produk Unggulan Sintang" yang menekankan identitas lokal, keberlanjutan, serta pemberdayaan masyarakat. Sinergi ketiganya bisa diwujudkan melalui pemasaran kolektif, festival pangan lokal, platform e-commerce berbasis daerah, hingga dukungan riset dan kebijakan pemerintah yang lintas sektor.

Dengan demikian, **komparasi strategi membantu melihat keunggulan dan kelemahan relatif tiap produk**, sedangkan **integrasi strategi membuka peluang kolaborasi** yang lebih efektif. Jika dijalankan secara terpadu, Albuneo, Bisco, dan Rangkie bukan hanya mampu mengangkat daya saing masing-masing produk, tetapi

juga membentuk ekosistem inovasi daerah yang lebih kuat. Ekosistem ini berpotensi meningkatkan nilai tambah ekonomi, memperkuat identitas sosial, serta mendukung keberlanjutan pembangunan di Kabupaten Sintang.

Tabel 5.35
Komparasi Strategi Antar Produk PUD Sintang

Produk	Fokus Strategi	Kekuatan Utama	Tantangan Utama	Segmentasi Pasar
Albuneo (Albumin Ikan Gabus)	Diferensiasi berbasis kesehatan	Nilai fungsional tinggi (suplemen albumin alami), relevan untuk pasien pasca operasi & penderita penyakit kronis	Keterbatasan bahan baku; risiko merkuri; izin edar belum tersedia	Pasar kesehatan (tenaga medis, pasien, pemerintah daerah)
Bisco (Biskuit Stunting)	Fungsi sosial sebagai intervensi gizi	Dukungan kuat dari pemerintah daerah; relevan dengan program penanggulangan stunting	Stigma “biskuit stunting” sehingga sulit diterima di pasar retail umum	Pasar institusional (program pemerintah, kesehatan masyarakat)
Serbuk Rangkie (Bubuk Cabe Lokal)	Pemberdayaan komunitas & diversifikasi pangan	Solusi fluktuasi harga cabe; identitas lokal khas Sintang	Persaingan ketat dengan BonCabe/Ladaku; harga premium Rp 23.000	Pasar lokal & niche market (retail kecil, Shopee, komunitas lokal)

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Tabel 5.36
Integrasi Strategi Lintas Produk PUD Sintang

Aspek Integrasi	Albuneo	Bisco	Serbuk Rangkie	Sinergi Lintas Produk
Branding	Produk kesehatan berbasis albumin ikan gabus	Biskuit fungsional untuk intervensi gizi anak	Bumbu lokal khas Sintang	Dapat dipromosikan bersama sebagai **"Produk Unggulan Sintang"** dengan identitas daerah (local pride & healthy food)
Pasar & Distribusi	Terbatas pada kalangan medis & pemerintah daerah	Fokus pada distribusi melalui program pemerintah	Pasar lokal, retail kecil & Shopee	Potensi **pemasaran terpadu** lewat pameran, festival pangan lokal, dan e-commerce kabupaten
Dukungan Kelembagaan	Perlu dukungan izin edar & riset medis	Didukung oleh dinas kesehatan & program stunting	Didukung KUPS & perhutanan sosial	Semua bisa mendapat **dukungan Bappeda, Dinas Perindagkop, BRIDA**, serta kemitraan swasta

Aspek Integrasi	Albuneo	Bisco	Serbuk Rangkie	Sinergi Lintas Produk
Potensi Klasterisasi	Masuk klaster pangan fungsional berbasis ikan	Masuk klaster pangan fungsional berbasis ikan	Masuk klaster bumbu & diversifikasi pangan lokal	Bisa dibangun **dua klaster saling melengkapi**: pangan fungsional & pangan lokal
Kontribusi Sosial-Ekonomi	Meningkatkan kesehatan masyarakat	Mengurangi angka stunting	Memberdayakan petani & mengurangi kerugian harga cabe	Semua berkontribusi ke **pilar IDSD: ekonomi, sosial, dan keberlanjutan**

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Tabel 5.37
Potensi Klasterisasi Produk PUD Sintang

Produk	Karakteristik Utama	Klaster Potensial	Tujuan Strategis Klasterisasi
Albuneo (Albumin Ikan Gabus)	Suplemen kesehatan berbasis ikan gabus; nilai fungsional tinggi	**Klaster Pangan Fungsional & Suplemen Kesehatan**	Mendorong riset medis, penguatan izin edar (BPOM), dan positioning sebagai produk kesehatan unggulan daerah

Produk	Karakteristik Utama	Klaster Potensial	Tujuan Strategis Klasterisasi
Bisco (Biskuit Stunting)	Biskuit intervensi gizi anak; fokus sosial & program pemerintah	**Klaster Pangan Fungsional & Gizi Masyarakat** (bersama Albuneo)	Menguatkan peran sosial dalam penanggulangan stunting; memperluas branding sebagai produk pangan sehat lokal
Serbuk Rangkie (Bubuk Cabe Lokal)	Diversifikasi pangan lokal; solusi fluktuasi harga cabe	**Klaster Bumbu & Diversifikasi Pangan Lokal**	Memberdayakan petani lokal, memperluas pasar produk khas Sintang, dan bersaing di niche market nasional

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Secara keseluruhan, hasil komparasi, integrasi, dan klasterisasi strategi menunjukkan bahwa Albuneo, Bisco, dan Serbuk Rangkie memiliki karakteristik yang berbeda tetapi saling melengkapi dalam ekosistem Produk Unggulan Daerah Sintang. Albuneo menonjol pada aspek kesehatan, Bisco pada fungsi sosial, dan Rangkie pada pemberdayaan komunitas serta diversifikasi pangan lokal. Melalui pendekatan integrasi, ketiganya dapat dipromosikan bersama sebagai identitas kolektif "Produk Unggulan Sintang" dengan dukungan kelembagaan pemerintah, riset, dan pemasaran terpadu. Klasterisasi produk semakin memperjelas arah pengembangan dengan menempatkan Albuneo dan Bisco dalam klaster pangan fungsional, sementara Rangkie pada klaster pangan lokal. Dengan demikian, sinergi lintas produk tidak hanya memperkuat daya saing masing-masing, tetapi juga menciptakan ekosistem inovasi daerah yang berkelanjutan serta mendukung pencapaian Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) Kabupaten Sintang.

5.6. KETERKAITAN STRATEGI PUD TERHADAP PILAR IDSD

5.6.1. Pilar Ekonomi: PDRB, Lapangan Kerja, Ekspor Lokal

Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PUD) Sintang berkontribusi langsung terhadap pilar ekonomi, khususnya dalam peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), penciptaan lapangan kerja, serta peluang ekspor lokal. Ketiga produk—Albuneo, Bisco, dan Serbuk Rangkie—menyediakan jalur berbeda untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui diversifikasi basis produksi, penciptaan nilai tambah, dan integrasi pasar.

Dari sisi **PDRB**, Albuneo berpotensi memperkuat subsektor perikanan tangkap dan budidaya dengan mengubah ikan gabus menjadi komoditas kesehatan bernilai tinggi. Jika dikembangkan dengan kapasitas produksi yang lebih besar dan legalitas resmi, Albuneo bisa memberi kontribusi signifikan terhadap sektor industri pengolahan hasil perikanan di Sintang. Bisco memberikan nilai tambah pada subsektor makanan olahan, terutama yang terkait dengan pangan fungsional, sementara Rangkie mendorong sektor pertanian dan perdagangan dengan mengurangi kerugian akibat fluktuasi harga cabe segar dan menciptakan produk olahan yang lebih stabil secara ekonomi.

Dalam aspek **lapangan kerja**, ketiga produk telah menunjukkan dampak langsung terhadap serapan tenaga kerja lokal. Albuneo dan Bisco membutuhkan tenaga kerja untuk proses produksi, pengemasan, hingga distribusi, sementara Rangkie menyerap tenaga dari kelompok perhutanan sosial untuk produksi bubuk cabe. Meski skalanya masih terbatas, dampak ekonomi mikro ini penting karena membuka peluang kerja di sektor non-formal dan berbasis komunitas. Dengan dukungan kelembagaan, kapasitas tenaga kerja dapat ditingkatkan melalui pelatihan, standardisasi produksi, dan akses pasar yang lebih luas.

Sementara itu, pada dimensi **ekspor lokal**, peluang masih bersifat potensial. Albuneo berpeluang masuk ke pasar regional dan nasional sebagai produk suplemen kesehatan dengan nilai jual premium, terlebih jika masalah izin edar dapat diselesaikan. Bisco, dengan positioning sebagai biskuit intervensi gizi,

memiliki prospek untuk diadopsi dalam program lintas daerah, terutama di wilayah yang menghadapi masalah stunting serupa. Rangkie, meskipun menghadapi persaingan ketat dari merek nasional, tetap memiliki potensi niche market di pasar domestik maupun ekspor terbatas dengan mengangkat narasi "produk lokal khas Sintang". Dengan demikian, meskipun kontribusi langsung terhadap ekspor masih terbatas, strategi pengembangan jangka panjang yang berbasis pada peningkatan kualitas, legalitas, dan branding dapat membuka jalan menuju pasar yang lebih luas.

Tabel 5.38
Keterkaitan Strategi PUD terhadap Pilar Ekonomi

Produk	Kontribusi terhadap PDRB	Dampak Lapangan Kerja	Potensi Ekspor Lokal
Albuneo	Meningkatkan nilai tambah sektor perikanan melalui produk kesehatan	Membuka lapangan kerja produksi & distribusi	Potensi ekspor regional/nasional, tergantung izin edar
Bisco	Nilai tambah di subsektor makanan fungsional & intervensi gizi	Serapan tenaga kerja UMKM lokal	Potensi ekspor antar daerah dalam program stunting
Rangkie	Diversifikasi pertanian, mengurangi kerugian petani cabe	Tenaga kerja dari KUPS & komunitas lokal	Potensi niche market, branding produk khas daerah

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

5.6.2. Pilar Sosial: Pendapatan Masyarakat, Gizi, Pemberdayaan

Kontribusi Produk Unggulan Daerah (PUD) Sintang tidak hanya terukur dari aspek ekonomi, tetapi juga dari dampaknya terhadap kehidupan sosial masyarakat. Albuneo, Bisco, dan Serbuk Rangkie menunjukkan peran berbeda

dalam meningkatkan pendapatan, memperbaiki kondisi gizi, serta memperkuat pemberdayaan komunitas lokal.

Pertama, dari sisi **pendapatan masyarakat**, Albuneo dan Bisco membuka peluang baru bagi pelaku usaha kecil menengah (UMKM) dalam sektor pangan fungsional. Proses produksi Albuneo melibatkan tenaga lokal untuk pengolahan, pengemasan, dan distribusi, sementara Bisco melibatkan jaringan pemasok bahan baku serta pekerja lokal. Serbuk Rangkie memberikan dampak lebih nyata bagi petani cabe dengan mengurangi kerugian akibat fluktuasi harga. Dengan adanya diversifikasi produk, masyarakat memperoleh sumber pendapatan yang lebih stabil, meski dalam skala kecil.

Kedua, dari aspek **gizi**, kontribusi terbesar ditunjukkan oleh Bisco yang secara khusus ditujukan untuk intervensi stunting pada anak. Produk ini sejalan dengan agenda kesehatan publik daerah dan nasional, menjadikannya instrumen langsung untuk peningkatan kualitas gizi masyarakat. Albuneo juga berkontribusi melalui manfaat medisnya, terutama untuk pasien yang membutuhkan tambahan albumin, termasuk penderita diabetes. Sementara Rangkie, meskipun tidak terkait langsung dengan intervensi gizi, tetap memperkaya pilihan konsumsi rumah tangga dan mendorong diversifikasi pangan.

Ketiga, dari perspektif **pemberdayaan**, ketiga produk memiliki basis komunitas yang kuat. Albuneo tumbuh dengan dukungan pelaku usaha lokal dan riset daerah; Bisco berkembang melalui kemitraan pemerintah dan pelaku UMKM; sedangkan Rangkie lahir dari kelompok perhutanan sosial (KUPS) yang menjadikan produk ini sebagai simbol pemberdayaan komunitas tani. Dengan demikian, ketiga produk tidak hanya berperan sebagai instrumen ekonomi, tetapi juga sarana sosial untuk memperkuat solidaritas, kemandirian, dan kebanggaan lokal.

Tabel 5.39
Keterkaitan Strategi PUD terhadap Pilar Sosial

Produk	Kontribusi pada Pendapatan Masyarakat	Kontribusi pada Gizi	Kontribusi pada Pemberdayaan
Albuneo	Membuka peluang pendapatan bagi UMKM lokal melalui produksi & distribusi	Suplemen albumin untuk pasien, termasuk penderita diabetes	Mendorong inovasi berbasis riset lokal
Bisco	Menciptakan lapangan kerja UMKM pengolahan pangan	Intervensi gizi anak & mendukung program penanggulangan stunting	Kemitraan pemerintah–masyarakat dalam program kesehatan
Rangkie	Menstabilkan pendapatan petani cabe dengan mengatasi fluktuasi harga	Diversifikasi konsumsi pangan rumah tangga	Pemberdayaan KUPS & komunitas tani sebagai produsen utama

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

5.6.3. Pilar Infrastruktur & Pemerintahan: *Enabling Factors.*

Dalam kerangka Indeks Daya Saing Daerah (IDSD), pilar infrastruktur dan pemerintahan berperan sebagai faktor pendukung (enabling factors) yang menentukan keberlanjutan dan daya saing Produk Unggulan Daerah (PUD). Albuneo, Bisco, dan Serbuk Rangkie tidak dapat berkembang hanya dari sisi produk semata, melainkan membutuhkan dukungan kelembagaan, regulasi, serta infrastruktur produksi dan distribusi yang memadai.

Pertama, dari sisi **infrastruktur produksi**, Albuneo membutuhkan fasilitas pengolahan ikan gabus dengan standar kesehatan serta laboratorium uji

untuk memastikan kualitas produk bebas dari kontaminan seperti merkuri. Ketiadaan infrastruktur ini membuat keberlanjutan pasokan bahan baku dan jaminan mutu menjadi kendala utama. Bisco, meskipun relatif lebih sederhana secara teknologi, tetap membutuhkan fasilitas produksi pangan yang sesuai dengan standar gizi dan keamanan pangan nasional (BPOM). Sementara itu, Rangkie menghadapi keterbatasan alat pengolahan dan pengemasan, yang berdampak pada kualitas produk dan daya saing dibandingkan produk nasional.

Kedua, dalam aspek **dukungan pemerintahan dan regulasi**, Albuneo masih terkendala izin edar yang membatasi jangkauan pasarnya. Bisco mendapat dukungan lebih kuat melalui program pemerintah daerah untuk penanggulangan stunting, namun keberlanjutan program ini bergantung pada konsistensi kebijakan dan pembiayaan publik. Rangkie mendapat dukungan dari skema pemberdayaan komunitas seperti Kelompok Usaha Perhutanan Sosial (KUPS), tetapi belum memiliki akses penuh pada kebijakan pemasaran dan perlindungan merek. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing produk masih membutuhkan intervensi regulatif, baik berupa sertifikasi, perlindungan hak kekayaan intelektual, maupun insentif untuk memperluas distribusi.

Ketiga, dari dimensi **enabling factors kelembagaan**, peran Bappeda, Dinas Perindagkop, Dinas Kesehatan, dan BRIDA sangat krusial. Kolaborasi lintas sektor dapat memastikan sinergi antara pengembangan produk dengan kebijakan pembangunan daerah. Tanpa dukungan pemerintah dalam bentuk regulasi, fasilitas riset, dan promosi, ketiga produk akan sulit bersaing dengan produk sejenis di tingkat nasional. Dengan demikian, keberadaan infrastruktur memadai dan tata kelola pemerintahan yang adaptif menjadi kunci untuk memastikan PUD Sintang dapat berkontribusi pada peningkatan daya saing daerah.

Tabel 5.40
Keterkaitan Strategi PUD terhadap Pilar Infrastruktur & Pemerintahan

Produk	Kebutuhan Infrastruktur	Dukungan Regulasi & Pemerintahan	Enabling Factors Utama
Albuneo	Fasilitas pengolahan ikan & laboratorium uji	Terkendala izin edar; butuh sertifikasi & pengawasan mutu	Dukungan riset & perlindungan HKI untuk keberlanjutan produk
Bisco	Fasilitas produksi pangan standar gizi & BPOM	Didukung program pemerintah daerah (stunting)	Kebijakan keberlanjutan program & dukungan anggaran
Rangkie	Alat pengolahan & pengemasan sederhana	Didukung KUPS; belum punya izin edar nasional	Akses ke perlindungan merek & promosi pasar lokal/nasional

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

BAB VI

SINTESIS STRATEGI DAN ARAH PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN DAERAH

6.1. KESIMPULAN ANALISIS PRODUK UNGGULAN DAERAH

6.1.1. PUD ALBUNEO (Albumin Ikan Gabus)

1. Kesimpulan Analisis VRIO

Berdasarkan kerangka **VRIO Framework** (Value, Rarity, Imitability, Organization), Albuneo menunjukkan potensi sebagai produk unggulan dengan diferensiasi kesehatan yang cukup kuat. Dari sisi **Value**, Albuneo terbukti memiliki nilai fungsional tinggi karena kandungan albumin dari ikan gabus yang berperan penting bagi pemulihan kesehatan, terutama pasien pasca operasi, penderita penyakit kronis, dan bahkan diabetes. Hal ini menempatkan Albuneo sebagai produk dengan value proposition yang jelas, meski keterbatasan legalitas dan distribusi masih menghambat pencapaian nilai ekonominya secara maksimal.

Dalam aspek **Rarity,** Albuneo memiliki tingkat kelangkaan relatif tinggi karena produk albumin berbasis ikan gabus belum banyak dikembangkan di daerah lain. Namun, kelangkaan ini tidak sepenuhnya berkelanjutan karena ikan gabus terdapat di berbagai wilayah Indonesia, sehingga teknologi pengolahan dapat ditiru oleh produsen lain. Apalagi isu keterbatasan bahan baku dan potensi kontaminasi merkuri pada ikan toman memperlihatkan bahwa kelangkaan Albuneo lebih ditentukan oleh kemampuan menjaga kontinuitas pasokan ketimbang eksklusivitas bahan baku.

Dari sisi **Imitability**, Albuneo memiliki posisi yang ambivalen. Secara teknis, formula produk dapat ditiru oleh pihak lain dengan teknologi serupa. Namun, aspek kelembagaan—seperti reputasi PT Sintang Lestari, dukungan riset daerah, dan jejaring dengan pemerintah—relatif sulit direplikasi. Faktor inilah

yang menjadi benteng agar Albuneo tetap memiliki keunggulan kompetitif, meskipun ancaman imitasi dari daerah lain tetap ada.

Sementara itu, dalam dimensi **Organization**, Albuneo masih menghadapi keterbatasan. Struktur organisasi dan kapasitas internal PT Sintang Lestari relatif sederhana, dan dukungan regulasi belum optimal karena produk ini belum mengantongi izin edar BPOM. Walaupun terdapat dukungan pemerintah daerah dalam promosi dan riset, kelembagaan internal masih perlu diperkuat agar Albuneo mampu memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan.

Tabel 6.1
Kesimpulan Analisis VRIO – Albumin (Albuneo)

Indikator	Temuan Utama	Implikasi Strategis
Value	Kandungan albumin tinggi; bermanfaat bagi kesehatan pasien kronis, pasca operasi, dan diabetes.	Nilai fungsional jelas, tetapi harus diperluas ke pasar dengan legalitas resmi dan branding kesehatan.
Rarity	Produk albumin berbasis gabus relatif jarang; isu pasokan & merkuri membatasi keunikan.	Kelangkaan hanya berkelanjutan jika pasokan bahan baku terjamin melalui budidaya dan kontrol mutu.
Imitability	Formula teknis dapat ditiru; namun jejaring kelembagaan & dukungan pemerintah sulit direplikasi.	Keunggulan harus dijaga lewat sertifikasi, riset, dan perlindungan HKI.
Organization	Struktur sederhana; izin edar belum ada; dukungan pemerintah ada tapi terbatas.	Perlu penguatan kelembagaan, legalitas BPOM, dan sistem produksi terstandarisasi.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Jadi, kesimpulannya Albuneo punya keunggulan kompetitif potensial, tapi belum bisa jadi sustained competitive advantage karena masih ada kendala bahan baku, legalitas, dan kelembagaan.

2. Kesimpulan Analisis *Diamond Porter*

Berdasarkan Diamond Model Porter, daya saing Albuneo dipengaruhi oleh empat determinan utama. Dari sisi Factor Conditions, Sintang memiliki ketersediaan ikan gabus yang melimpah, namun keterbatasan budidaya dan risiko merkuri pada ikan toman menjadi ancaman serius bagi kontinuitas bahan baku. Demand Conditions menunjukkan bahwa kebutuhan akan suplemen albumin cukup tinggi, baik secara lokal maupun nasional, didorong oleh meningkatnya kasus penyakit kronis dan kesadaran gizi masyarakat. Namun, permintaan masih terbatas karena produk belum mengantongi izin edar resmi.

Dalam **Related and Supporting Industries**, Albuneo belum sepenuhnya ditopang ekosistem pendukung seperti laboratorium uji, lembaga riset bioteknologi, atau jejaring pemasaran kesehatan. Kolaborasi dengan pemerintah daerah ada, tetapi belum cukup untuk membangun rantai nilai yang lengkap. Dari sisi **Firm Strategy, Structure, and Rivalry**, Albuneo mengandalkan diferensiasi berbasis kesehatan dengan dukungan PT Sintang Lestari. Rivalitas lokal rendah, namun di tingkat nasional kompetisi tinggi karena suplemen kesehatan sintetis lebih murah dan legalitasnya lebih jelas.

Secara keseluruhan, Diamond Porter memperlihatkan bahwa Albuneo memiliki **peluang pasar yang besar**, tetapi keberhasilan sangat bergantung pada penguatan budidaya, legalitas produk, serta integrasi dengan industri pendukung. Tanpa itu, keunggulannya hanya bersifat sementara dan rapuh di tengah persaingan nasional.

Tabel 6.2

Kesimpulan Diamond Porter – Albumin (Albuneo)

Indikator	Temuan Utama	Implikasi Strategis
Factor Conditions	Gabus tersedia; toman berisiko merkuri; budidaya terbatas.	Perlu budidaya berkelanjutan & kontrol mutu.

Indikator	Temuan Utama	Implikasi Strategis
Demand Conditions	Permintaan albumin tinggi (pasien, kesehatan); izin edar belum ada.	Harus legalisasi BPOM & perluasan pasar.
Related & Supporting Industries	Riset & pemasaran terbatas; ekosistem pendukung lemah.	Perlu dukungan laboratorium, riset, distribusi.
Firm Strategy & Rivalry	Strategi diferensiasi; rivalitas lokal rendah, nasional tinggi.	Perlu branding kesehatan & daya saing legalitas.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Dengan pendekatan Diamond Porter, analisis riset menegaskan bahwa Albuneo **punya prospek kuat**, tapi pondasi daya saingnya masih lemah di aspek legalitas, pasokan, dan industri pendukung.

6.1.2. PUD SERBUK RANGKIE

1. Kesimpulan Analisis VRIO

Berdasarkan kerangka VRIO Framework, Serbuk Rangkie menunjukkan kekuatan utama pada aspek nilai (value) dan pemberdayaan komunitas, tetapi masih rapuh pada kelangkaan, imitasi, dan kelembagaan. Dari sisi Value, Rangkie memberi solusi bagi petani cabe yang sering dirugikan fluktuasi harga, dengan mengolah cabe segar menjadi bubuk bernilai tambah (Rp 23.000 per kemasan). Produk ini juga memperkuat identitas lokal Sintang serta membuka pasar daring melalui Shopee.

Namun pada aspek **Rarity**, keunggulan Rangkie relatif lemah karena produk bubuk cabe sudah mapan secara nasional (BonCabe, Ladaku, dll). Diferensiasi Rangkie hanya terletak pada narasi “produk khas Sintang” dan basis komunitas KUPS, bukan pada keunikan teknologi atau formula. **Imitability** juga

tinggi, karena proses produksi sederhana dan mudah ditiru. Satu-satunya faktor sulit ditiru adalah aspek sosial, yakni jaringan komunitas dan pemberdayaan petani yang menjadi identitas Rangkie.

Dalam dimensi **Organization**, kelembagaan Rangkie masih terbatas. Sebagai produk KUPS, struktur organisasi sederhana, kapasitas produksi kecil, dan legalitas (izin edar, sertifikasi) belum memadai. Dukungan pemerintah ada, tetapi lebih berupa fasilitasi, belum dalam bentuk sistem kelembagaan yang mampu menopang daya saing jangka panjang.

Tabel 6.3

Kesimpulan Analisis VRIO – Serbuk Rangkie

Indikator	Temuan Utama	Implikasi Strategis
Value	Memberi nilai tambah cabe, solusi fluktuasi harga, identitas lokal, harga Rp 23.000.	Bernilai lokal, tapi harus ditopang strategi branding & distribusi.
Rarity	Produk bubuk cabe umum; keunikan hanya pada narasi lokal & basis komunitas.	Kelangkaan lemah; perlu diferensiasi yang lebih jelas.
Imitability	Proses teknis mudah ditiru; jejaring sosial relatif sulit ditiru.	Keunggulan harus dijaga lewat cerita sosial & branding khas.
Organization	Struktur sederhana; legalitas & kapasitas terbatas.	Perlu penguatan kelembagaan, sertifikasi, dan akses pasar.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Secara keseluruhan, posisi daya saing Serbuk Rangkie masih bersifat lokal dan terbatas pada niche market. Produk ini memiliki nilai yang signifikan bagi masyarakat petani, tetapi tidak memiliki keunggulan kompetitif berkelanjutan jika dibandingkan dengan produk serupa di pasar nasional. Penguatan kelembagaan, sertifikasi mutu, serta strategi diferensiasi yang lebih jelas menjadi

syarat penting agar Rangkie dapat meningkatkan daya saingnya di masa mendatang. Jadi, kesimpulan VRIO untuk Serbuk Rangkie: **valuable tapi tidak rare, mudah ditiru, dan lemah secara organisasi**, sehingga daya saingnya masih sebatas lokal niche.

2. Kesimpulan Analisis Diamond Porter

Analisis dengan menggunakan kerangka Diamond Porter menunjukkan bahwa daya saing Serbuk Rangkie terutama dipengaruhi oleh kondisi faktor produksi, permintaan pasar, industri pendukung, serta strategi dan persaingan usaha. Dari aspek factor conditions, Sintang memiliki basis produksi cabe lokal yang cukup kuat, namun sangat dipengaruhi oleh musim dan fluktuasi harga. Hal ini menjadikan keberlanjutan pasokan bahan baku sebagai tantangan utama. Infrastruktur pengolahan masih sederhana dan belum mencapai standar industri nasional, sehingga kapasitas produksi terbatas.

Pada dimensi **demand conditions**, terdapat kebutuhan yang konsisten terhadap produk cabe bubuk di pasar lokal. Keunggulan Rangkie terletak pada identitasnya sebagai produk khas Sintang, yang dapat membangun loyalitas konsumen di daerah. Akan tetapi, di pasar nasional, tingkat persaingan sangat tinggi karena produk serupa seperti BonCabe dan Ladaku sudah lebih dikenal, memiliki variasi rasa, serta harga yang lebih kompetitif.

Dalam aspek **related and supporting industries**, Serbuk Rangkie belum memiliki ekosistem pendukung yang kuat. Rantai pasok cabe masih bergantung pada petani lokal tanpa adanya sistem kemitraan jangka panjang, sementara dukungan dari sektor riset, distribusi modern, dan lembaga sertifikasi belum optimal. Hal ini menghambat kemampuan Rangkie untuk meningkatkan standar mutu dan memperluas akses pasar.

Terakhir, pada **firm strategy, structure, and rivalry**, Serbuk Rangkie dikelola oleh Kelompok Usaha Perhutanan Sosial (KUPS) dengan struktur organisasi yang sederhana. Strategi yang ditempuh lebih berorientasi pada

pemberdayaan komunitas ketimbang ekspansi pasar. Rivalitas di tingkat lokal relatif rendah, namun di tingkat nasional produk ini menghadapi tekanan kuat dari merek besar.

Tabel 6.4

Kesimpulan Analisis Diamond Porter – Serbuk Rangkie

Indikator	Temuan Utama	Implikasi Strategis
Factor Conditions	Pasokan cabe lokal ada, tetapi fluktuatif; infrastruktur sederhana.	Perlu penguatan budidaya dan fasilitas pengolahan standar.
Demand Conditions	Permintaan lokal konsisten; pasar nasional sangat kompetitif.	Fokus pada pasar niche lokal dan diferensiasi branding.
Related & Supporting Industries	Rantai pasok lemah; dukungan riset dan sertifikasi minim.	Bangun kemitraan dengan petani, lembaga riset, dan sertifikasi.
Firm Strategy & Rivalry	Strategi berbasis komunitas; rivalitas lokal rendah, nasional tinggi.	Perlu strategi diferensiasi dan penguatan kelembagaan.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Secara keseluruhan, analisis Diamond Porter memperlihatkan bahwa Serbuk Rangkie memiliki kekuatan utama sebagai produk khas lokal yang mendukung pemberdayaan komunitas, tetapi daya saingnya masih terbatas oleh kapasitas produksi, kelemahan infrastruktur, serta intensitas persaingan nasional. Oleh karena itu, strategi pengembangan ke depan perlu menekankan penguatan rantai pasok, peningkatan standar mutu, dan diferensiasi berbasis identitas lokal agar dapat bersaing secara lebih berkelanjutan. Dengan ini, Serbuk Rangkie

diposisikan sebagai **produk niche dengan identitas lokal**, yang memerlukan intervensi kebijakan dan inovasi untuk bisa bertahan di pasar yang lebih luas.

6.1.3. PUD BISCO (BISKUIT STUNTING)

1. Kesimpulan Analisis VRIO

Analisis VRIO terhadap Bisco menunjukkan bahwa produk ini memiliki nilai (**value**) yang kuat terutama karena perannya sebagai intervensi gizi dalam upaya penanggulangan stunting. Kandungan protein dari ikan gabus memberikan diferensiasi yang jarang ditemui pada produk biskuit komersial. Selain itu, keterkaitan langsung dengan program pemerintah menjadikan Bisco bukan sekadar produk konsumsi, tetapi juga instrumen sosial yang berkontribusi terhadap kesehatan masyarakat**.**

Namun, tingkat ***rarity*** Bisco bersifat relatif. Di satu sisi, produk biskuit berbasis ikan gabus masih jarang ditemui sehingga memberi keunikan tersendiri. Akan tetapi, branding yang terlalu lekat dengan isu stunting justru berpotensi menciptakan stigma bagi konsumen umum, seolah produk ini hanya ditujukan untuk anak dengan masalah gizi. Kondisi ini bisa menjadi hambatan dalam memperluas pangsa pasar di luar program pemerintah.

Pada aspek ***imitability***, formulasi teknis Bisco dapat direplikasi dengan mudah oleh pihak lain, mengingat teknologi pengolahan yang digunakan relatif sederhana. Akan tetapi, hubungan kelembagaan dengan pemerintah daerah, serta legitimasi sosial sebagai bagian dari program intervensi gizi, merupakan faktor yang lebih sulit ditiru oleh pesaing. Faktor ini memberi Bisco keunggulan sementara yang dapat dipertahankan selama dukungan kelembagaan tetap konsisten.

Sementara dari sisi ***organization*****,** kelembagaan yang mengelola Bisco masih terbatas pada skala UMKM dengan kapasitas produksi sederhana. Meskipun terdapat dukungan dari pemerintah daerah, terutama melalui distribusi

dalam program kesehatan, legalitas dan standarisasi produk masih perlu diperkuat untuk memastikan daya saing jangka panjang.

Tabel 6.5

Kesimpulan Analisis VRIO – Bisco (Biskuit Stunting)

Indikator	Temuan Utama	Implikasi Strategis
Value	Produk biskuit berbasis gabus; mendukung program penanggulangan stunting.	Nilai sosial & kesehatan tinggi, perlu diperluas ke pasar umum.
Rarity	Produk relatif jarang, tetapi stigma "biskuit stunting" membatasi pasar.	Perlu rebranding agar diterima lebih luas.
Imitability	Teknologi pengolahan mudah ditiru; legitimasi sosial & dukungan pemerintah sulit ditiru.	Keunggulan terletak pada kelembagaan & jejaring.
Organization	Dikelola UMKM dengan dukungan pemerintah; standar legalitas belum maksimal.	Perlu standarisasi (BPOM, halal) & kapasitas produksi lebih besar.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Secara keseluruhan, Bisco memiliki nilai strategis yang tinggi dalam konteks sosial dan kesehatan, tetapi keunggulan kompetitifnya masih bersifat sementara. Penguatan kelembagaan internal, strategi branding yang lebih inklusif, serta perluasan pasar di luar program pemerintah merupakan prasyarat penting agar Bisco dapat berkembang menjadi produk unggulan yang berkelanjutan. Dengan hasil ini, Bisco diposisikan sebagai **produk bernilai sosial tinggi**, tetapi daya saing jangka panjangnya sangat bergantung pada penguatan kelembagaan, rebranding, dan perluasan pasar.

2. Kesimpulan Analisis Diamond Porter

Analisis Diamond Porter menunjukkan bahwa daya saing Bisco sangat dipengaruhi oleh kondisi faktor produksi, permintaan pasar, industri pendukung, serta strategi dan persaingan. Dari sisi ***factor conditions***, Sintang memiliki ketersediaan ikan gabus yang menjadi bahan baku utama Bisco. Kandungan proteinnya menjadikan produk ini relevan sebagai pangan fungsional. Namun, kapasitas budidaya dan pengolahan masih terbatas, sehingga kontinuitas pasokan bahan baku belum sepenuhnya terjamin. Infrastruktur produksi juga masih sederhana dan memerlukan peningkatan agar sesuai dengan standar industri pangan.

Pada aspek ***demand conditions***, Bisco mendapat dukungan kuat dari program pemerintah daerah yang berfokus pada penanggulangan stunting. Hal ini menciptakan permintaan institusional yang stabil, terutama melalui distribusi pada program gizi masyarakat. Akan tetapi, permintaan dari pasar umum relatif rendah karena citra produk yang terlalu spesifik sebagai "biskuit stunting", yang berpotensi menghambat ekspansi ke segmen konsumen lebih luas.

Dalam ***related and supporting industries***, ekosistem pendukung Bisco masih terbatas. Jejaring dengan pemerintah daerah menjadi kekuatan utama, tetapi keterlibatan sektor swasta, lembaga riset, dan distribusi modern belum optimal. Hal ini membatasi peluang inovasi serta pengembangan produk ke level yang lebih kompetitif secara nasional.

Dari sisi ***firm strategy, structure, and rivalry***, Bisco diposisikan sebagai produk sosial dengan strategi distribusi melalui kemitraan pemerintah. Rivalitas di tingkat lokal relatif rendah karena belum ada produk substitusi serupa. Namun, di pasar nasional, Bisco akan menghadapi persaingan dengan produk biskuit komersial yang lebih beragam, murah, dan sudah memiliki branding yang kuat. Strateginya yang terlalu bergantung pada dukungan pemerintah menjadikan daya saingnya rapuh jika kebijakan mengalami perubahan.

Tabel 6.6
Kesimpulan Analisis Diamond Porter – Bisco

Indikator	Temuan Utama	Implikasi Strategis
Factor Conditions	Tersedia ikan gabus, tetapi pasokan & infrastruktur produksi terbatas.	Perlu budidaya berkelanjutan & fasilitas pengolahan standar.
Demand Conditions	Permintaan stabil dari program pemerintah; pasar umum rendah.	Diversifikasi pasar di luar program stunting; rebranding produk.
Related & Supporting Industries	Ekosistem pendukung lemah; bergantung pada pemerintah.	Perlu keterlibatan swasta, riset, dan distribusi modern.
Firm Strategy & Rivalry	Strategi distribusi berbasis pemerintah; rivalitas lokal rendah, nasional tinggi.	Perlu strategi bisnis yang lebih inklusif dan mandiri.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Secara keseluruhan, Diamond Porter menunjukkan bahwa Bisco memiliki **daya saing yang kuat di tingkat lokal melalui dukungan program pemerintah**, tetapi lemah dalam menghadapi persaingan pasar yang lebih luas. Penguatan kapasitas produksi, diversifikasi branding, serta keterlibatan industri pendukung menjadi syarat utama untuk menjadikan Bisco lebih berkelanjutan dan kompetitif. Artinya, Bisco dipandang sebagai **produk sosial dengan daya saing terbatas secara komersial**, yang membutuhkan transformasi strategi agar bisa bersaing di pasar nasional.

6.1.4. Klasifikasi PUD Berdasarkan Tahapan Daya Saing

Berdasarkan hasil analisis dengan pendekatan VRIO Framework dan Diamond Porter, ketiga Produk Unggulan Daerah (PUD) Sintang—yakni Albuneo (albumin ikan gabus)**,** Serbuk Rangki**, dan** Bisco (biskuit stunting)**—** dapat dipetakan dalam hierarki tahapan daya saing yang terdiri atas komoditas potensial, andalan, dan unggulan. Klasifikasi ini memberikan gambaran mengenai posisi aktual masing-masing produk dalam peta pembangunan ekonomi daerah serta arah strategi pengembangan yang diperlukan.

Pertama, **Albuneo** dapat dikategorikan sebagai **komoditas andalan yang berpotensi menuju unggulan**. Produk ini memiliki diferensiasi yang jelas karena berbasis albumin ikan gabus dengan manfaat kesehatan yang diakui. Namun, keterbatasan izin edar, fluktuasi bahan baku, serta kapasitas produksi yang belum stabil menjadi faktor penghambat. Dengan dukungan kelembagaan riset, sertifikasi resmi, serta budidaya ikan gabus yang berkelanjutan, Albuneo berpeluang besar untuk naik kelas menjadi produk unggulan daerah dengan daya saing kompetitif di pasar nasional maupun internasional.

Kedua, **Serbuk Rangki** masih berada pada posisi **komoditas potensial**. Inovasi berbasis bahan baku lokal menjadikannya produk khas Sintang, tetapi persaingan dengan produk nasional seperti *BonCabe* dan bumbu instan lainnya sangat ketat. Harga yang relatif tinggi serta keterbatasan distribusi membuat Serbuk Rangki belum memiliki efisiensi usaha yang memadai. Meski demikian, dengan penguatan kapasitas produksi, inovasi varian produk, dan strategi pemasaran yang tepat, Serbuk Rangki dapat berkembang menuju kategori andalan.

Ketiga, **Bisco** dikategorikan sebagai **komoditas andalan**. Produk ini memiliki keunggulan pada aspek fungsi sosial, yakni mendukung intervensi gizi melalui program pemerintah daerah. Permintaan relatif stabil karena adanya pasar institusional dari program stunting. Akan tetapi, citra produk yang terlalu spesifik sebagai “biskuit stunting” membatasi perluasan ke pasar komersial.

Untuk memperkuat daya saing, diperlukan strategi diversifikasi branding agar Bisco tidak semata dipersepsikan sebagai produk intervensi gizi, tetapi juga sebagai biskuit sehat untuk anak-anak secara umum.

Tabel 6.7

Klasifikasi PUD Sintang Berdasarkan Tahapan Daya Saing

Produk	Kategori	Alasan Utama
Albuneo (Albumin Ikan Gabus)	**Andalan → menuju Unggulan**	Diferensiasi kuat & manfaat kesehatan jelas, tapi terkendala izin edar, pasokan bahan baku, dan kapasitas produksi.
Serbuk Rangki	**Potensial**	Inovasi khas lokal, namun persaingan ketat & harga kurang kompetitif dibanding produk nasional.
Bisco (Biskuit Stunting)	**Andalan**	Permintaan stabil dari program pemerintah, tapi branding terlalu spesifik membatasi pasar komersial.

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Dengan demikian, klasifikasi ini menunjukkan bahwa **ketiga PUD Sintang belum sepenuhnya berada pada tahap unggulan**. Albuneo paling dekat menuju kategori tersebut, Bisco stabil sebagai andalan dengan tantangan branding, sedangkan Serbuk Rangki masih perlu memperkuat daya saing agar naik dari potensial ke andalan.

6.2. KONDISI EKOSISTEM RISET DAN INOVASI PUD

Analisis terhadap Produk Unggulan Daerah (PUD) tidak hanya berhenti pada penilaian daya saing internal melalui pendekatan VRIO dan Diamond Porter, tetapi juga perlu dilengkapi dengan kajian mengenai ekosistem riset dan inovasi yang menopang pengembangannya. Ekosistem ini mencakup seluruh faktor eksternal yang berperan sebagai enabling environment, mulai dari dukungan kebijakan, ketersediaan

bahan baku, kapasitas industri, pasar dan distribusi, hingga peran kelembagaan, riset, serta dampak sosial yang dihasilkan. Dengan kata lain, keberlanjutan PUD tidak semata ditentukan oleh keunikan produk, tetapi juga sejauh mana lingkungan pendukung mampu menjamin kontinuitas produksi, distribusi, dan inovasi.

Dalam konteks Kabupaten Sintang, kondisi ekosistem riset dan inovasi bagi masing-masing PUD masih berada pada tahap perkembangan yang beragam. Beberapa produk telah memperoleh dukungan kelembagaan dan pasar yang relatif stabil, sementara produk lainnya masih menghadapi persoalan mendasar seperti izin edar, keterbatasan riset, hingga minimnya diversifikasi pasar. Oleh karena itu, pada bagian ini dipaparkan kondisi ekosistem riset dan inovasi dari tiga PUD—Albuneo, Serbuk Rangki, dan Bisco—dengan menekankan pada potensi, permasalahan, serta tantangan strategis yang perlu diatasi. Pemaparan dilakukan secara terstruktur melalui deskripsi singkat, tabel kondisi ekosistem, dan kesimpulan naratif untuk masing-masing PUD.

6.2.1. ALBUNEO (ALBUMIN IKAN GABUS)

Pengembangan **Albuneo (albumin ikan gabus)** di Kabupaten Sintang berada dalam ekosistem riset dan inovasi yang mulai terbentuk, namun masih menghadapi keterbatasan di berbagai aspek. Dari sisi kebijakan, sudah terdapat dukungan pemerintah daerah melalui Surat Keputusan Bupati dan kolaborasi dengan BRIDA nantinya dalam penguatan riset lokal. Akan tetapi, Albuneo masih belum memperoleh izin edar dari BPOM, sehingga distribusinya hanya terbatas pada kalangan tertentu, seperti tenaga kesehatan, pemerintah daerah, dan konsumen yang sudah percaya. Dari sisi bahan baku, ikan gabus sebagai sumber utama relatif tersedia, tetapi produksinya belum stabil karena budidaya masih terbatas. Sementara itu, alternatif bahan baku seperti ikan toman justru menghadapi kendala serius akibat temuan kandungan merkuri yang tinggi, terutama di wilayah konservasi Kapuas Hulu, yang kemungkinan besar disebabkan aktivitas pertambangan emas tanpa izin (PETI). Kondisi ini

menandakan bahwa keberlanjutan pasokan masih menjadi masalah strategis yang perlu segera ditangani.

Dari sisi industri dan hilirisasi, pengolahan Albuneo saat ini masih didominasi oleh PT Semestar Sintang Lestari (SSL) sebagai aktor utama, dengan dukungan terbatas dari UMKM lokal. Kapasitas produksi belum mencapai skala mass production karena masih terkendala teknologi, modal, dan jaminan pasar. Riset terkait Albuneo juga sudah berjalan, termasuk uji laboratorium dan beberapa penelitian di perguruan tinggi, namun belum ada publikasi besar atau kolaborasi riset jangka panjang yang dapat memperkuat posisi Albuneo dalam ekosistem inovasi nasional. Dukungan SDM dan kelembagaan relatif masih lemah, karena kapasitas manajemen UMKM pengolah serta jaringan distribusi belum berkembang optimal. Secara keseluruhan, Albuneo memiliki ekosistem riset dan inovasi yang mulai terbentuk, tetapi masih rentan karena ketergantungan pada satu perusahaan, keterbatasan riset, serta belum adanya regulasi dan infrastruktur yang mampu menjamin keberlanjutan industri.

Tabel 6.8
Kondisi Ekosistem Riset dan Inovasi – Albuneo

No	Potensi & Permasalahan	Indikator	Kondisi Saat Ini	Permasalahan Strategis
1	Kebijakan & Infrastruktur	Dukungan regulasi	Ada SK Bupati & dukungan BAPPEDA	Belum ada perda khusus & izin edar BPOM
2	Produksi & Bahan Baku	Ketersediaan bahan baku	Gabus tersedia, toman terancam merkuri	Budidaya terbatas, pasokan tidak stabil
3	Industri & Hilirisasi	Jumlah UMKM olahan	PT Semestar Sintang Lestari (SSL) memimpin	Skala industri kecil, belum mass production

No	Potensi & Permasalahan	Indikator	Kondisi Saat Ini	Permasalahan Strategis
4	Pasar & Distribusi	Persaingan pasar	Pasar terbatas, hanya konsumen percaya	Tidak bisa masuk retail modern tanpa izin
5	SDM & Kelembagaan	Kelembagaan UMKM	Didukung UMKM & Pemda	Kapasitas manajemen masih lemah
6	Riset & Inovasi	Jumlah riset	Ada uji laboratorium, penelitian perguruan tinggi	Belum ada riset berskala besar & terpublikasi luas
7	Dampak Sosial	Pendapatan masyarakat	Memberi nilai tambah bagi pengusa ikan gabus	Dampak ekonomi masih kecil & belum masif

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan Albuneo menghadapi tantangan strategis pada aspek izin edar, keberlanjutan pasokan bahan baku, serta skala hilirisasi industri. Meskipun sudah ada dukungan regulasi dan riset awal, tanpa kebijakan perlindungan bahan baku dan penguatan kapasitas produksi, Albuneo sulit naik ke tahap produk unggulan daerah yang berdaya saing tinggi.

6.2.2. SERBUK RANGKIE

Pengembangan Serbuk Rangki di Kabupaten Sintang menunjukkan bahwa produk ini memiliki potensi khas berbasis kearifan lokal, namun ekosistem riset dan inovasi yang mendukungnya masih sangat terbatas. Dari sisi regulasi, belum ada kebijakan khusus yang melindungi atau memperkuat posisi Serbuk Rangki sebagai produk unggulan daerah, sehingga perkembangannya masih bergantung

pada inisiatif pelaku UMKM. Ketersediaan bahan baku cabai memang relatif melimpah di tingkat lokal, tetapi pasokan seringkali tidak stabil akibat fluktuasi musim dan harga. Dari sisi industri, jumlah UMKM pengolah masih terbatas dengan kapasitas produksi kecil, sehingga daya saing dengan produk nasional seperti *BonCabe* atau *Ladaku* menjadi lemah.

Pasar dan distribusi Serbuk Rangki pun menghadapi tantangan besar. Produk ini umumnya hanya dijual dalam lingkup lokal dengan skala kecil, dan belum mampu menembus pasar modern maupun ritel nasional. Persaingan dengan produk sejenis sangat ketat, terutama karena harga Serbuk Rangki (sekitar Rp 23.000) relatif lebih tinggi dibandingkan produk nasional dengan merek mapan. Dukungan kelembagaan UMKM ada, tetapi masih sebatas pendampingan umum tanpa program spesifik untuk memperkuat daya saing produk ini. Riset mengenai Serbuk Rangki praktis belum banyak dilakukan, baik dari segi inovasi varian rasa, packaging, maupun strategi branding. Dampak sosialnya pun masih terbatas karena kontribusi terhadap pendapatan masyarakat belum signifikan.

Tabel 6.9

Kondisi Ekosistem Riset dan Inovasi – Serbuk Rangki

No	Potensi & Permasalahan	Indikator	Kondisi Saat Ini	Permasalahan Strategis
1	Kebijakan & Infrastruktur	Dukungan regulasi	Belum ada regulasi khusus	Tidak ada perlindungan & insentif bagi produk lokal
2	Produksi & Bahan Baku	Ketersediaan bahan baku	Cabai lokal tersedia, tapi fluktuatif	Pasokan tidak stabil, tergantung musim

No	Potensi & Permasalahan	Indikator	Kondisi Saat Ini	Permasalahan Strategis
3	Industri & Hilirisasi	Jumlah UMKM olahan	UMKM kecil dengan kapasitas terbatas	Tidak mampu bersaing dengan industri besar nasional
4	Pasar & Distribusi	Persaingan pasar	Pasar lokal sempit, harga relatif tinggi (Rp 23.000)	Persaingan ketat dengan produk nasional (BonCabe, Ladaku)
5	SDM & Kelembagaan	Kelembagaan UMKM	Ada pendampingan umum	Belum ada program spesifik untuk penguatan produk
6	Riset & Inovasi	Jumlah riset	Minim inovasi produk & packaging	Branding lemah, belum ada diversifikasi
7	Dampak Sosial	Pendapatan masyarakat	Kontribusi ekonomi masih kecil	Dampak terhadap kesejahteraan masyarakat terbatas

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Secara keseluruhan, Serbuk Rangki berada pada tahap **komoditas potensial** dengan ekosistem riset dan inovasi yang belum memadai. Produk ini menghadapi kendala serius dalam aspek bahan baku, kapasitas produksi, dan penetrasi pasar. Meskipun memiliki ciri khas lokal, daya saingnya tertekan oleh produk nasional yang lebih efisien dan murah. Untuk dapat naik kelas, Serbuk Rangki membutuhkan dukungan kebijakan yang lebih jelas, penguatan kapasitas UMKM, serta inovasi riset dalam hal varian produk, harga, dan strategi pemasaran. Tanpa langkah tersebut,

produk ini akan sulit keluar dari keterbatasan sebagai produk khas lokal dengan dampak sosial-ekonomi yang minim.

6.2.3. BISCO (BISKUIT STUNTING)

Ekosistem riset dan inovasi Bisco relatif lebih kuat dibanding dua PUD lainnya karena didukung langsung oleh program pemerintah daerah untuk intervensi gizi stunting. Dari sisi kebijakan, terdapat dukungan regulasi dan kemitraan dengan instansi kesehatan yang menjamin pasar institusional. Namun, dari aspek bahan baku, ketersediaan ikan gabus masih menghadapi kendala pasokan karena budidaya terbatas. Industri pengolahan Bisco masih dilakukan pada skala kecil, sehingga kapasitas produksi belum konsisten.

Pasar Bisco cukup stabil karena ditopang program pemerintah, tetapi distribusi ke pasar umum masih lemah. Branding yang terlalu spesifik sebagai "biskuit stunting" justru membatasi ekspansi ke segmen konsumen lebih luas. Kelembagaan UMKM dan SDM terlibat, namun kapasitas manajemen produksi dan pemasaran masih terbatas. Riset produk juga belum berkembang pada level diversifikasi atau inovasi varian. Dampak sosialnya cukup nyata, terutama bagi keluarga penerima manfaat program gizi, namun kontribusinya terhadap pendapatan masyarakat masih terbatas.

Tabel 6.10

Kondisi Ekosistem Riset dan Inovasi – Bisco

No	Potensi & Permasalahan	Indikator	Kondisi Saat Ini	Permasalahan Strategis
1	Kebijakan & Infrastruktur	Dukungan regulasi	Didukung program gizi Pemda	Ketergantungan tinggi pada pemerintah
2	Produksi & Bahan Baku	Ketersediaan bahan baku	Ikan gabus tersedia terbatas	Pasokan tidak konsisten

No	Potensi & Permasalahan	Indikator	Kondisi Saat Ini	Permasalahan Strategis
3	Industri & Hilirisasi	Jumlah UMKM olahan	Skala kecil, produksi terbatas	Belum bisa mass production
4	Pasar & Distribusi	Persaingan pasar	Pasar stabil via program stunting	Sulit masuk retail umum karena stigma
5	SDM & Kelembagaan	Kelembagaan UMKM	Ada dukungan Pemda & UMKM	Kapasitas manajemen masih rendah
6	Riset & Inovasi	Jumlah riset	Minim riset & diversifikasi	Belum ada inovasi varian produk
7	Dampak Sosial	Pendapatan masyarakat	Berkontribusi pada program gizi	Dampak ekonomi belum signifikan

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Bisco memiliki ekosistem yang relatif lebih matang karena didukung regulasi dan pasar institusional pemerintah, namun masih menghadapi kendala serius pada pasokan bahan baku, kapasitas produksi, dan strategi branding. Ke depan, keberlanjutan Bisco sangat ditentukan oleh kemampuannya untuk keluar dari ketergantungan pada program pemerintah dan memperluas segmen pasar sebagai biskuit sehat secara umum.

6.3. ANALISIS KESENJANGAN (*GAP ANALYSIS*)

Analisis kesenjangan (*gap analysis*) dilakukan untuk mengidentifikasi perbedaan antara kondisi ideal pengembangan Produk Unggulan Daerah (PUD) sebagaimana diarahkan dalam kebijakan pembangunan daerah dan indikator Indeks Daya Saing Daerah (IDSD), dengan kondisi aktual yang ditemukan di lapangan. Melalui pendekatan ini, dapat dilihat sejauh mana potensi Albuneo, Serbuk Rangki, dan Bisco mampu menjawab tuntutan keberlanjutan, efisiensi usaha, serta daya saing regional.

Dengan demikian, gap analysis berfungsi sebagai dasar untuk merumuskan rencana aksi dan strategi kebijakan yang lebih tepat sasaran, sekaligus menjembatani kelemahan yang masih ada dengan peluang pengembangan di masa depan.

6.3.1. Identifikasi Kesenjangan Per PUD

1. ALBUNEO (ALBUMIN IKAN GABUS)

Dalam konteks Albuneo, kesenjangan utama terletak pada perbedaan antara potensi produk sebagai sumber protein dan albumin alami yang diakui secara medis dengan kondisi aktual yang masih menghadapi keterbatasan izin edar, keberlanjutan pasokan bahan baku, serta skala industri yang kecil. Secara ideal, Albuneo seharusnya sudah mampu masuk ke pasar komersial luas dengan dukungan sertifikasi resmi, budidaya ikan gabus berkelanjutan, dan produksi dalam skala massal.

Namun, kondisi faktual menunjukkan bahwa distribusi produk masih terbatas pada kalangan tertentu yang memiliki kepercayaan tinggi, sementara produksi sering terhenti karena pasokan bahan baku tidak stabil. Gap ini mengindikasikan perlunya kebijakan perlindungan bahan baku, percepatan sertifikasi, serta kolaborasi riset yang lebih intensif agar Albuneo dapat naik kelas menjadi produk unggulan daerah.

Tabel 6.11

Analisis Kesenjangan Albuneo

Aspek	Kondisi Ideal	Kondisi Aktual	Gap	Implikasi Strategis
Legalitas & Regulasi	Izin edar BPOM, sertifikasi halal, perlindungan regulasi daerah	Belum ada izin edar resmi, distribusi terbatas	Produk tidak bisa masuk pasar luas	Perlu percepatan sertifikasi & perda perlindungan

Aspek	Kondisi Ideal	Kondisi Aktual	Gap	Implikasi Strategis
Bahan Baku	Pasokan stabil dari budidaya gabus/toman	Gabus budidaya terbatas, toman terancam merkuri	Ketergantungan tinggi pada alam	Program budidaya berkelanjutan & monitoring kualitas
Industri & Produksi	Mass production dengan teknologi modern	Skala kecil, kapasitas terbatas	Tidak mampu memenuhi permintaan luas	Dukungan peralatan & hilirisasi
Pasar & Distribusi	Menembus pasar lokal, nasional, bahkan ekspor	Pasar terbatas pada jaringan Pemda & konsumen tertentu	Permintaan tidak berkembang luas	Diversifikasi pasar & strategi branding
Riset & Inovasi	Kolaborasi riset besar & berkelanjutan	Uji lab terbatas, riset kecil-kecilan	Minim publikasi & inovasi	Dorongan riset perguruan tinggi & BRIDA

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

2. SERBUK RANGKIE

Pada Serbuk Rangki, kesenjangan utamanya terletak pada perbedaan antara citra ideal sebagai produk khas lokal yang mampu bersaing dengan bumbu instan nasional dengan kondisi aktual yang masih sangat terbatas dalam produksi, distribusi, dan branding. Idealnya, Serbuk Rangki dapat diproduksi dalam kapasitas besar dengan harga kompetitif, memiliki variasi rasa, serta menembus

pasar ritel modern maupun e-commerce nasional. Namun, kondisi aktual menunjukkan bahwa produk ini masih diproduksi dalam skala kecil oleh UMKM lokal, dengan harga yang relatif lebih tinggi (Rp 23.000) dibandingkan produk nasional seperti BonCabe atau Ladaku. Gap ini memperlihatkan bahwa meskipun Serbuk Rangki punya diferensiasi berbasis lokal, tanpa efisiensi usaha dan dukungan kebijakan, produk ini akan sulit keluar dari kategori potensial.

Tabel 6.12

Analisis Kesenjangan Serbuk Rangkie

Aspek	Kondisi Ideal	Kondisi Aktual	Gap	Implikasi Strategis
Legalitas & Regulasi	Ada regulasi perlindungan & dukungan insentif	Belum ada regulasi khusus	Produk tidak terlindungi	Perlu payung hukum & program insentif UMKM
Bahan Baku	Pasokan cabai stabil & terintegrasi	Pasokan fluktuatif, tergantung musim	Produksi terganggu oleh harga bahan baku	Skema kontrak tani & manajemen rantai pasok
Industri & Produksi	Produksi skala besar, efisien	Skala UMKM kecil, terbatas	Tidak mampu bersaing harga & volume	Dukungan peralatan, pelatihan produksi efisien
Pasar & Distribusi	Masuk pasar nasional & e-commerce	Pasar lokal sempit, harga mahal	Daya saing rendah dibanding produk mapan	Perlu strategi branding & distribusi digital

Aspek	Kondisi Ideal	Kondisi Aktual	Gap	Implikasi Strategis
Riset & Inovasi	Inovasi varian rasa, packaging menarik	Minim inovasi & riset	Produk monoton & kurang menarik	Kolaborasi riset untuk diversifikasi produk

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

3. BISCO (BISKUIT STUNTING)

Untuk Bisco, kesenjangan terlihat pada perbedaan antara kondisi ideal sebagai produk pangan fungsional berbasis ikan gabus yang dapat diterima luas oleh masyarakat dengan kondisi aktual yang masih terlalu terikat pada program pemerintah daerah. Secara ideal, Bisco seharusnya mampu menembus pasar umum dengan citra sebagai biskuit sehat bagi anak-anak, memiliki kapasitas produksi besar, dan didukung legalitas penuh. Namun pada kenyataannya, Bisco masih sangat bergantung pada permintaan dari program intervensi stunting. Branding yang terlalu spesifik menimbulkan stigma seolah produk ini hanya untuk anak stunting, sehingga membatasi penerimaan pasar umum. Gap ini menunjukkan bahwa meskipun Bisco relatif stabil di segmen institusional, tanpa strategi rebranding dan diversifikasi pasar, keberlanjutannya rentan jika dukungan pemerintah berkurang.

Tabel 6.13

Analisis Kesenjangan Bisco

Aspek	Kondisi Ideal	Kondisi Aktual	Gap	Implikasi Strategis
Legalitas & Regulasi	Izin edar resmi & perlindungan regulasi	Didukung regulasi Pemda, izin edar belum optimal	Tidak bisa masuk pasar luas	Perlu legalitas BPOM & standar mutu
Bahan Baku	Pasokan ikan gabus stabil dari budidaya	Pasokan masih terbatas	Produksi tidak konsisten	Program budidaya gabus terintegrasi
Industri & Produksi	Mass production dengan kapasitas besar	Produksi UMKM skala kecil	Kapasitas tidak konsisten	Dukungan teknologi & kapasitas produksi
Pasar & Distribusi	Diterima pasar umum & institusi	Pasar hanya lewat program stunting	Terbatasnya segmen pasar	Diversifikasi branding & distribusi retail
Riset & Inovasi	Riset varian rasa & diversifikasi produk	Minim riset pengembangan	Produk monoton & citra terbatas	Perlu kolaborasi riset diversifikasi

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

6.4. RENCANA AKSI STRATEGIS

Rencana aksi disusun sebagai tindak lanjut dari analisis kesenjangan untuk menutup jurang antara kondisi aktual yang dihadapi ketiga Produk Unggulan Daerah (PUD) dengan kondisi ideal yang diharapkan. Setiap produk—Albuneo, Serbuk Rangki, dan Bisco—memiliki tantangan yang berbeda sehingga memerlukan strategi

yang spesifik dan terarah sesuai karakteristiknya. Namun demikian, terdapat pula aspek lintas sektoral yang bersifat umum, seperti penguatan riset dan inovasi, penyediaan infrastruktur pendukung, serta dukungan regulasi dan pembiayaan, yang menjadi prasyarat agar pengembangan PUD berjalan berkelanjutan. Dengan demikian, rencana aksi ini tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan pengembangan masing-masing produk, tetapi juga sebagai kerangka kebijakan yang menyinergikan peran pemerintah daerah, UMKM, lembaga penelitian, dan sektor swasta dalam memperkuat daya saing daerah.

6.4.1. Rencana Aksi Strategis ALBUNEO

Albuneo memiliki potensi besar sebagai produk kesehatan berbasis sumber daya lokal dengan manfaat medis yang diakui. Namun, pengembangannya masih menghadapi berbagai kendala mulai dari aspek legalitas, keberlanjutan pasokan bahan baku, kapasitas industri, akses pasar, hingga riset yang terbatas. Tanpa langkah strategis yang terencana, Albuneo akan sulit berkembang menjadi produk unggulan yang berdaya saing tinggi. Oleh karena itu, diperlukan intervensi kebijakan dan program yang dapat mempercepat legalitas, menjamin ketersediaan bahan baku, memperkuat kapasitas produksi, memperluas akses pasar, serta mendorong riset dan inovasi berkelanjutan. Berikut rencana aksi strategis PUD Albuneo:

1. Aksi pada aspek legalitas: percepatan izin edar BPOM, sertifikasi halal, dan perlindungan HAKI.
2. Aksi pada aspek bahan baku: penguatan program budidaya ikan gabus, monitoring kandungan merkuri, dan kolaborasi dengan nelayan lokal.
3. Aksi pada aspek industri: peningkatan kapasitas produksi melalui investasi peralatan dan pengembangan hilirisasi.
4. Aksi pada aspek pasar: diversifikasi distribusi ke retail modern dan e-commerce, serta penguatan branding sebagai suplemen kesehatan alami.

5. Aksi pada aspek riset: kolaborasi dengan perguruan tinggi dan lembaga riset untuk uji klinis, termasuk penelitian manfaat Albuneo bagi penderita penyakit tertentu seperti diabetes.

6.4.2. Rencana Aksi Strategis SERBUK RANGKIE

Serbuk Rangki merupakan inovasi lokal Sintang berbasis cabai yang berpotensi menjadi identitas kuliner khas daerah. Namun, produk ini masih menghadapi kesenjangan besar antara potensi dan realitas, terutama pada aspek efisiensi produksi, daya saing harga, branding, serta akses pasar. Dengan persaingan ketat melawan produk nasional seperti *BonCabe* dan *Ladaku*, Rangki memerlukan strategi khusus agar dapat bertahan dan berkembang. Dukungan kebijakan, penguatan kapasitas UMKM, serta inovasi produk menjadi kunci agar Rangki tidak berhenti sebagai komoditas potensial semata. Berikut rencana aksi strategis PUD Serbuk Rangki:

1. Aksi pada aspek regulasi: mendorong adanya perda atau kebijakan insentif yang melindungi dan memperkuat UMKM lokal.
2. Aksi pada aspek bahan baku: membangun sistem rantai pasok yang lebih terintegrasi, termasuk kontrak tani cabai dengan petani lokal.
3. Aksi pada aspek industri: peningkatan efisiensi produksi melalui pelatihan teknologi pengolahan dan dukungan peralatan produksi.
4. Aksi pada aspek pasar: strategi rebranding agar lebih inklusif, diversifikasi varian rasa, serta ekspansi ke e-commerce dan retail modern.
5. Aksi pada aspek riset: pengembangan kemasan yang menarik, riset preferensi konsumen, dan benchmarking terhadap produk nasional.

6.4.3. Rencana Aksi Strategis BISCO (Biskuit Stunting)

Bisco merupakan produk pangan fungsional berbasis ikan gabus yang dikembangkan untuk mendukung program penanggulangan stunting di Kabupaten Sintang. Keberadaan Bisco memperlihatkan sinergi positif antara

UMKM dengan pemerintah daerah, sehingga memiliki pasar institusional yang relatif stabil. Namun, ketergantungan pada program pemerintah, keterbatasan kapasitas produksi, dan citra produk yang terlalu spesifik sebagai "biskuit stunting" menjadi tantangan besar untuk memperluas jangkauan pasar. Agar dapat berkembang sebagai produk unggulan, Bisco memerlukan strategi rebranding, diversifikasi distribusi, serta penguatan kapasitas produksi dan legalitas. Berikut rencana aksi strategis PUD Bisco:

1. Aksi pada aspek legalitas: percepatan izin edar BPOM dan sertifikasi halal untuk memperluas akses pasar.
2. Aksi pada aspek bahan baku: pengembangan budidaya ikan gabus agar kontinuitas pasokan lebih terjamin.
3. Aksi pada aspek industri: penguatan kapasitas produksi UMKM mitra dengan dukungan teknologi dan peralatan modern.
4. Aksi pada aspek pasar: rebranding produk dari "biskuit stunting" menjadi "biskuit sehat anak", serta memperluas distribusi ke retail umum dan e-commerce.
5. Aksi pada aspek riset: inovasi varian rasa dan uji klinis untuk memperkuat legitimasi sebagai pangan fungsional.

6.4.4. Rencana Aksi Strategis PUD Kabupaten Sintang

Rencana aksi strategis disusun untuk memberikan arah kebijakan yang lebih terintegrasi bagi pengembangan tiga Produk Unggulan Daerah (PUD) Kabupaten Sintang, yaitu Albuneo, Serbuk Rangki, dan Bisco. Berbeda dengan rencana aksi per produk yang lebih spesifik, rencana aksi strategis ini bersifat lintas sektoral dan menekankan pentingnya dukungan ekosistem riset, inovasi, dan kelembagaan dalam memperkuat daya saing daerah. Fokus utama diarahkan pada penguatan regulasi, penyediaan infrastruktur pendukung, peningkatan kapasitas UMKM dan industri lokal, perluasan akses pembiayaan, serta promosi terpadu produk unggulan Sintang. Dengan pendekatan ini, rencana aksi strategis

tidak hanya bertujuan mengatasi kelemahan internal tiap produk, tetapi juga membangun fondasi bersama yang memungkinkan ketiga PUD berkembang secara berkelanjutan, saling melengkapi, dan memberi dampak signifikan bagi pilar ekonomi, sosial, maupun daya saing daerah secara keseluruhan.

Tabel 6.14

Rencana Aksi Strategis PUD Kabupaten Sintang

PUD	Aspek	Kondisi Gap	Rencana Aksi	Aktor Kunci	Jangka Waktu
Albuneo	Legalitas & Regulasi	Belum ada izin edar BPOM, distribusi terbatas	Percepatan sertifikasi BPOM & halal, perlindungan HAKI	Pemda, BRIDA, BPOM, UMKM	Pendek (1–2 thn)
	Bahan Baku	Pasokan gabus terbatas, toman terancam merkuri	Budidaya gabus berkelanjutan, monitoring kualitas	Dinas Perikanan, UMKM, Nelayan	Menengah (3–5 thn)
	Industri & Produksi	Skala kecil, belum mass production	Investasi peralatan, pilot hilirisasi	UMKM, Pemda, Swasta	Menengah (3–5 thn)
	Pasar & Distribusi	Pasar sempit, belum masuk retail modern	Diversifikasi distribusi ke retail & e-commerce, branding suplemen alami	UMKM, Dinas Perdagangan	Menengah (3–5 thn)

PUD	Aspek	Kondisi Gap	Rencana Aksi	Aktor Kunci	Jangka Waktu
	Riset & Inovasi	Riset terbatas, minim publikasi	Kolaborasi riset dgn perguruan tinggi & BRIDA	BRIDA, Perguruan Tinggi	Panjang (>5 thn)
Serbuk Rangki	Regulasi	Tidak ada regulasi khusus	Perda perlindungan produk lokal & insentif UMKM	Pemda, DPRD	Pendek (1–2 thn)
	Bahan Baku	Pasokan cabai fluktuatif	Skema kontrak tani cabai, integrasi rantai pasok	Petani, Dinas Pertanian	Menengah (3–5 thn)
	Industri & Produksi	Kapasitas UMKM kecil, tidak efisien	Pelatihan teknologi & dukungan peralatan	UMKM, Dinas Koperasi	Pendek–Menengah
	Pasar & Distribusi	Pasar lokal sempit, harga tinggi	Rebranding, diversifikasi varian rasa, ekspansi e-commerce	UMKM, Dinas Perdagangan	Menengah (3–5 thn)
	Riset & Inovasi	Minim inovasi & packaging	Riset preferensi konsumen, desain kemasan	BRIDA, Perguruan Tinggi	Panjang (>5 thn)

PUD	Aspek	Kondisi Gap	Rencana Aksi	Aktor Kunci	Jangka Waktu
Bisco	Legalitas & Regulasi	Izin edar belum optimal	Sertifikasi BPOM, halal, label gizi	Pemda, BPOM, UMKM	Pendek (1–2 thn)
	Bahan Baku	Pasokan gabus terbatas	Budidaya gabus terintegrasi	Dinas Perikanan, UMKM	Menengah (3–5 thn)
	Industri & Produksi	Skala kecil, kapasitas terbatas	Penguatan kapasitas produksi UMKM, alat modern	UMKM, Pemda	Menengah (3–5 thn)
	Pasar & Distribusi	Ketergantungan program stunting, branding sempit	Rebranding ke “biskuit sehat anak”, masuk retail & e-commerce	UMKM, Pemda, Swasta	Menengah (3–5 thn)
	Riset & Inovasi	Minim riset diversifikasi	Inovasi varian rasa, uji klinis	BRIDA, Perguruan Tinggi	Panjang (>5 thn)

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

6.5. IMPLIKASI KEBIJAKAN (REKOMENDASI)

Hasil analisis terhadap tiga Produk Unggulan Daerah (PUD) Kabupaten Sintang—Albuneo, Serbuk Rangki, dan Bisco—menunjukkan bahwa penguatan daya saing daerah tidak dapat hanya bertumpu pada inovasi produk, tetapi harus diiringi

dengan kebijakan yang komprehensif dan terintegrasi. Rekomendasi kebijakan yang dihasilkan pada tahap ini berfokus pada aspek regulasi, kelembagaan, riset dan inovasi, pembiayaan, serta strategi pemasaran. Dengan demikian, implikasi kebijakan ini tidak hanya ditujukan untuk memperkuat kapasitas masing-masing PUD, tetapi juga untuk membangun ekosistem yang mendukung keberlanjutan, inklusivitas, dan daya saing daerah secara menyeluruh.

Pertama, dari aspek **regulasi**, pemerintah daerah perlu mempercepat penerbitan regulasi turunan seperti peraturan daerah atau keputusan bupati yang memberikan perlindungan dan insentif bagi PUD. Hal ini penting untuk mendorong percepatan izin edar, sertifikasi halal, maupun perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI). Kedua, dari sisi **kelembagaan**, diperlukan peran aktif BRIDA, perguruan tinggi, dan lembaga penelitian dalam memperkuat basis riset serta transfer teknologi, sehingga PUD tidak hanya menjadi produk lokal, tetapi juga memiliki legitimasi ilmiah dan standar mutu yang diakui secara nasional.

Ketiga, dari aspek **pembiayaan**, akses UMKM dan pelaku usaha terhadap modal harus diperluas melalui skema pembiayaan daerah, CSR perusahaan, maupun dukungan program pusat seperti KUR tematik. Keempat, dari sisi **pemasaran**, diperlukan strategi branding dan promosi terpadu dengan narasi “Produk Unggulan Sintang” sehingga Albuneo, Rangki, dan Bisco dapat dipasarkan bersama dalam berbagai event, baik di level lokal, regional, maupun nasional. Terakhir, dari aspek **sosial dan keberlanjutan**, pengembangan PUD harus diarahkan untuk memberikan manfaat nyata bagi peningkatan pendapatan masyarakat, perbaikan gizi, serta penciptaan lapangan kerja, dengan memperhatikan prinsip keberlanjutan lingkungan dan inklusivitas.

Dengan implementasi kebijakan yang komprehensif tersebut, diharapkan ketiga PUD Kabupaten Sintang dapat berkembang dari tahap potensial dan andalan menuju unggulan, sekaligus berkontribusi pada peningkatan **Indeks Daya Saing Daerah (IDSD)** dan mendukung agenda pembangunan berkelanjutan.

Tabel 6.15

Implikasi Kebijakan (Rekomendasi) PUD Kabupaten Sintang

PUD	Aspek Kebijakan	Rekomendasi Utama	Aktor Kunci
Albuneo	Regulasi & Legalitas	Percepatan izin edar BPOM, sertifikasi halal, perlindungan HAKI	Pemda, BRIDA, BPOM, DPRD
	Bahan Baku & Lingkungan	Program budidaya ikan gabus, monitoring merkuri, perlindungan habitat	Dinas Perikanan, BRIDA, Nelayan
	Industri & Produksi	Dukungan investasi peralatan, hilirisasi, pilot industri	UMKM, Pemda, Swasta
	Pasar & Branding	Diversifikasi distribusi (retail, e-commerce), branding sebagai suplemen kesehatan	Dinas Perdagangan, UMKM
	Riset & Inovasi	Kolaborasi riset medis (mis. diabetes), publikasi ilmiah	Perguruan Tinggi, BRIDA
Serbuk Rangki	Regulasi	Perda perlindungan produk lokal & insentif UMKM	Pemda, DPRD
	Bahan Baku	Skema kontrak tani cabai, integrasi rantai pasok	Dinas Pertanian, Petani
	Industri & Produksi	Pelatihan efisiensi, peralatan produksi modern	Dinas Koperasi, UMKM
	Pasar & Branding	Rebranding, varian rasa baru, penetrasi e-commerce & retail modern	Dinas Perdagangan, UMKM

PUD	Aspek Kebijakan	Rekomendasi Utama	Aktor Kunci
	Riset & Inovasi	Riset packaging & preferensi konsumen	BRIDA, Perguruan Tinggi
Bisco	Regulasi & Legalitas	Sertifikasi BPOM, halal, label gizi	Pemda, BPOM, UMKM
	Bahan Baku	Pengembangan budidaya gabus untuk kontinuitas	Dinas Perikanan, UMKM
	Industri & Produksi	Penguatan kapasitas UMKM mitra, alat produksi modern	Dinas Koperasi, UMKM
	Pasar & Branding	Rebranding ke “biskuit sehat anak”, distribusi retail & e-commerce	Pemda, UMKM, Swasta
	Riset & Inovasi	Inovasi varian rasa, uji klinis gizi anak	Perguruan Tinggi, BRIDA

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Tabel di atas memperlihatkan bahwa rekomendasi kebijakan untuk ketiga PUD mencakup langkah-langkah spesifik pada aspek regulasi, bahan baku, industri, pasar, dan riset. Albuneo membutuhkan fokus pada legalitas dan pasokan berkelanjutan, Serbuk Rangki pada efisiensi produksi dan rebranding, sedangkan Bisco pada diversifikasi pasar dan penguatan kelembagaan produksi. Di luar rekomendasi per produk, implikasi kebijakan umum yang perlu diprioritaskan adalah penguatan ekosistem riset dan inovasi daerah, penyediaan insentif bagi UMKM, serta promosi bersama PUD Sintang untuk memperkuat identitas dan daya saing daerah di tingkat nasional maupun internasional.

BAB VII

PENUTUP

7.1. KESIMPULAN

Hasil penelitian mengenai Produk Unggulan Daerah (PUD) Kabupaten Sintang—yaitu Albuneo, Serbuk Rangki, dan Bisco—menunjukkan bahwa ketiga produk memiliki posisi dan karakteristik yang berbeda dalam hierarki daya saing daerah.

- Albuneo dapat dikategorikan sebagai komoditas andalan yang berpotensi menjadi unggulan, namun masih menghadapi kendala pada aspek legalitas, pasokan bahan baku, dan kapasitas produksi.
- Serbuk Rangki berada pada tahap komoditas potensial, dengan keunggulan lokal yang khas tetapi daya saingnya masih lemah karena harga tidak kompetitif dan penetrasi pasar terbatas.
- Sementara itu, Bisco relatif lebih stabil sebagai komoditas andalan berkat dukungan program pemerintah, namun ketergantungannya pada pasar institusional dan branding yang terlalu spesifik menjadi hambatan dalam ekspansi pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, ketiga PUD Sintang belum ada yang sepenuhnya mencapai kategori unggulan. Meskipun demikian, potensi untuk berkembang tetap terbuka lebar apabila kelemahan-kelemahan internal dapat diperbaiki dan dukungan ekosistem riset, inovasi, serta kebijakan daerah dapat diperkuat. Analisis dengan pendekatan VRIO dan Diamond Porter memperlihatkan bahwa daya saing produk tidak hanya ditentukan oleh keunikan atau kelangkaan, tetapi juga oleh kemampuan organisasi, strategi kelembagaan, serta dukungan ekosistem yang berkelanjutan.

7.2. SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan.

- Pertama, pemerintah daerah perlu mempercepat legalisasi, sertifikasi, dan perlindungan regulasi untuk Albuneo, Rangki, dan Bisco agar produk dapat lebih kompetitif di pasar nasional.
- Kedua, dukungan riset dan inovasi harus diperluas melalui kolaborasi antara BRIDA, perguruan tinggi, UMKM, dan swasta guna meningkatkan kualitas, diversifikasi, serta daya saing produk.
- Ketiga, strategi pemasaran dan branding perlu diarahkan pada penciptaan narasi bersama sebagai Produk Unggulan Sintang, sehingga tidak hanya memperkuat identitas lokal tetapi juga meningkatkan daya tarik di pasar luar daerah.
- Keempat, pengembangan kapasitas produksi dan budidaya bahan baku harus dilakukan untuk menjamin keberlanjutan pasokan.
- Terakhir, penting untuk memastikan bahwa pengembangan PUD memberikan manfaat nyata bagi masyarakat melalui peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, serta perbaikan kualitas gizi dan kesehatan.

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan ketiga PUD Kabupaten Sintang dapat berkembang dari tahap potensial dan andalan menuju unggulan, sekaligus berkontribusi signifikan terhadap peningkatan Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) dan pembangunan berkelanjutan di Sintang.

DAFTAR PUSTAKA

Literatur dan Penelitian Akademik

Barney, Jay B. 1991. “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage.” Journal of Management 17(1): 99–120.

Braun, Virginia, and Victoria Clarke. 2006. "Using Thematic Analysis in Psychology." Qualitative Research in Psychology 3(2): 77–101.

BPS Kabupaten Sintang. 2023. Kabupaten Sintang Dalam Angka 2023. Sintang: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sintang.

Daryanto, Arief, and Hafidh Wahyu Putra. 2021. Penguatan Produk Unggulan Daerah: Strategi Meningkatkan Daya Saing Daerah. Bogor: IPB Press.

Gunawan, Heru. 2019. “Strategi Pengembangan Produk Unggulan Daerah Berbasis Klaster Agribisnis di Kabupaten Banyuwangi.” Jurnal Manajemen dan Agribisnis 16(2): 109–118.

Hadi, Sutopo. 2018. “Identifikasi Daya Saing Produk Unggulan Lokal dalam Peningkatan Ekonomi Daerah.” Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan 7(1): 77–84.

Krippendorff, Klaus. 2013. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Martilla, John A., and John C. James. 1977. “Importance-Performance Analysis.” Journal of Marketing 41(1): 77–79.

Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldaña. 2014. Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Moleong, Lexy J. 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Porter, Michael E. 1990. The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Supardan, Dadang, dan Ade Komara Mulyana. 2020. “Peran Produk Unggulan Daerah dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Lokal: Studi di Kabupaten Ciamis.” Jurnal Bina Praja 12(2): 213–222.

Wernerfelt, Birger. 1984. “A Resource-Based View of the Firm.” Strategic Management Journal 5(2): 171–180.

Peraturan dan Dokumen Resmi

Indonesia. 2015. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 58.

Indonesia. 2019. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 168.

Indonesia. 2016. Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 114.

Indonesia. 2021. Peraturan Presiden Nomor 78 Tahun 2021 tentang Badan Riset dan Inovasi Nasional. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 180.

Kementerian Dalam Negeri. 2023. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2023 tentang Pedoman Pembentukan dan Nomenklatur Badan Riset dan Inovasi Daerah.

LKPP. 2021. Peraturan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Nomor 3 Tahun 2021 tentang Pedoman Swakelola.

LKPP. 2022. Keputusan Deputi Bidang Pengembangan Strategi dan Kebijakan Nomor 2 Tahun 2022 tentang Model Pedoman Swakelola.

Kementerian Dalam Negeri. 2017. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 061-001 Tahun 2017 tentang Prosedur Kerja Administrasi Pentahapan Penelitian dan Pengembangan di Kemendagri dan Pemda.

Pemerintah Kabupaten Sintang. 2024. Peraturan Daerah Kabupaten Sintang Nomor 8 Tahun 2024 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kabupaten Sintang Tahun 2025–2045.

Pemerintah Kabupaten Sintang. 2024. Peraturan Bupati Sintang Nomor 83 Tahun 2024 tentang Perubahan atas Peraturan Bupati Nomor 146 Tahun 2021 tentang SOTK Bappeda.

Pemerintah Kabupaten Sintang. 2024. Peraturan Bupati Sintang Nomor 15 Tahun 2024 tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan APBD Tahun Anggaran 2025.

Pemerintah Kabupaten Sintang. 2024. Peraturan Bupati Sintang Nomor 109 Tahun 2024 tentang Standar Harga Satuan Barang dan Jasa Tahun Anggaran 2025.

Pemerintah Kabupaten Sintang. 2024. Keputusan Bupati Sintang Nomor 000.7/1727/BAPPEDA/2024 tentang Penetapan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Sintang.