Jurnal Samudra Ekonomi & Bisnis
Volume 17, Nomor 3, September 2026

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi Sinta 4 (SK No. 355/DST/D.D1/HM.01.01/2026)

# Analisis Rantai Nilai dan Strategi Hilirisasi Produk Unggulan UMKM di Desa Wisata Kampung Tajur Purwakarta

## *Value Chain Analysis and Downstreaming Strategy for Leading MSME Products in Kampung Tajur Tourism Village Purwakarta*

**Asep Hermawan**[1*)], **Imas Widowati**[2)], **Dedy Setyo Oetomo**[1)]
[1)]Program Studi Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Wastukancana, Indonesia
[2)]Program Studi Manajemen Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Wastukancana, Indonesia
**e-mail korespondensi: asephermawan@wastukancana.ac.id*

**Info Artikel**

*Riwayat Artikel :*
Diterima: 01 September 2026
Disetujui: 20 September 2026
Dipublikasikan: September 2026

*Nomor DOI :*
10.33059/jseb.v17i3.15274

*Cara Mensitasi :*
Hermawan, A., Widowati, I., & Oetomo, D. S. (2026). Analisis rantai nilai dan strategi hilirisasi produk unggulan UMKM di desa wisata Kampung Tajur Purwakarta. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, *17*(3), 622-634. DOI: 10.33059/jseb.v17i3.15274.

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan mengembangkan model *value chain analysis* (VCA) sebagai dasar perumusan strategi hilirisasi industri UMKM di desa pariwisata Kampung Tajur Purwakarta. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif-analitis dengan studi kasus atas 12 UMKM. Analisis dilakukan melalui pemetaan sembilan aktivitas rantai nilai, penilaian *Likert*, analisis nilai tambah Hayami, margin pemasaran, *location quotient* (LQ), dan *metode perbandingan eksponensial* (MPE). Hasil menunjukkan rata-rata skor VCA sebesar 2,53 dengan tujuh dimensi teridentifikasi sebagai *bottleneck*, terutama teknologi dan inovasi (2,07), pengadaan dan jejaring (2,13), serta *outbound logistics* (2,33). Sektor kuliner merupakan basis unggulan dengan LQ 3,75, sedangkan anyaman menjadi prioritas hilirisasi berdasarkan MPE. Hasil penelitian menghasilkan model konseptual VCA–hilirisasi pada TKT 3 sebagai dasar pengembangan strategi hilirisasi UMKM berbasis potensi wisata lokal.

**Kata Kunci**: Desa Pariwisata, Ekonomi Lokal, Hilirisasi, UMKM, *Value Chain*.

**Article Info**

*Article History :*
Received: 01 September 2026
Accepted: 20 September 2026
Published: September 2026

*DOI Number :*
10.33059/jseb.v17i3.15274

*How to Cite :*
Hermawan, A., Widowati, I., & Oetomo, D. S. (2026). Analisis rantai nilai dan strategi hilirisasi produk unggulan UMKM di desa wisata Kampung Tajur Purwakarta. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, *17*(3), 622-634. DOI: 10.33059/jseb.v17i3.15274.

***Abstract***

*This study aims to develop a value chain analysis (VCA) model as a basis for formulating downstreaming strategies for micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) in the tourism village of Kampung Tajur, Purwakarta. The study employed a descriptive-analytical approach using a case study method of 12 MSMEs. The analysis was conducted by mapping nine value chain activities, applying Likert-scale assessments, analyzing Hayami value added, marketing margins, the location quotient (LQ), and the exponential comparison method (MPE). The results show an average VCA score of 2.53, with seven dimensions identified as bottlenecks, particularly technology and innovation (2.07), procurement and networking (2.13), and outbound logistics (2.33). The culinary sector was identified as a leading sector, with an LQ of 3.75, while woven crafts were prioritized for downstreaming based on the MPE results. The study produces a conceptual VCA–downstreaming model at technology readiness level (TRL) 3 as a basis for developing MSME downstreaming strategies based on local tourism potential.*

***Keywords***: *Tourism Village, Local Economy, Downstreaming, MSMEs, Value Chain*.

2614-1523/©2026 The Authors. Published by Fakultas Ekonomi Universitas Samudra.
This is an open access article under the CC BY-SA license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

## PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan penguatan desa pariwisata (Purnomo & Purwandari, 2025). Namun pada praktiknya, banyak UMKM masih menghadapi permasalahan rendahnya nilai tambah dan daya saing produk. Salah satu penyebab utama kondisi tersebut adalah belum optimalnya pengelolaan aktivitas produksi, pengolahan, pengemasan, distribusi, dan pemasaran secara terintegrasi. Dalam konteks desa wisata, integrasi UMKM ke dalam rantai nilai pariwisata juga penting untuk memperkuat keterkaitan antara produk lokal, aktivitas produksi, pengolahan, pengemasan, distribusi, promosi, dan pemasaran sehingga manfaat ekonomi pariwisata dapat lebih banyak dinikmati oleh masyarakat lokal (Zahra & Zahri, 2025). Perspektif *value chain* menekankan bahwa setiap aktivitas dalam proses penciptaan dan penyampaian produk kepada konsumen berpotensi memberikan kontribusi terhadap penciptaan nilai tambah dan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, kemampuan UMKM dalam mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengoptimalkan setiap aktivitas dalam rantai nilai menjadi penting untuk meningkatkan nilai tambah sekaligus memperkuat daya saing produk.

Penelitian terdahulu menunjukkan pendekatan analisis rantai nilai telah digunakan dalam berbagai studi untuk mengevaluasi aktivitas utama dan pendukung dalam UMKM, memperlihatkan strategi peningkatan keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui penguatan differensiasi produk, efisiensi operasional, dan hubungan kemitraan di setiap tahap rantai nilai (Rosaida *et al*., 2025). Selain itu, penelitian pada UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa pemahaman dan pengelolaan rantai nilai dapat membantu pelaku usaha mengidentifikasi proses yang memberikan nilai tambah tertinggi, sehingga dapat dirumuskan strategi pengembangan yang lebih tepat sasaran (Suseno *et al*., 2020). Meskipun banyak penelitian memetakan rantai nilai pada sektor produksi atau ekonomi kreatif, masih terbatas kajian yang terfokus pada hilirisasi industri UMKM di konteks desa pariwisata, dimana aktivitas ekonomi UMKM memiliki keterkaitan kuat dengan kunjungan wisata dan permintaan pasar lokal. Di desa pariwisata, integrasi antara proses produksi UMKM dengan kegiatan pariwisata berpotensi menambah nilai produk dan jasa, namun belum banyak studi empiris yang mengembangkan model analisis rantai nilai sebagai dasar strategi hilirisasi industri yang sesuai karakter lokal (Santoso *et al*., 2025). Pengembangan UMKM di desa pariwisata memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian lokal, namun pada praktiknya masih dihadapkan pada rendahnya nilai tambah produk akibat rantai nilai yang belum terkelola secara optimal.

UMKM di desa pariwisata Tajur Purwakarta umumnya masih berfokus pada aktivitas produksi dasar, sementara aspek hilirisasi seperti pengolahan lanjutan, pengemasan, distribusi, dan keterkaitan dengan sektor pariwisata belum terintegrasi secara sistematis. Kondisi ini menyebabkan daya saing produk UMKM relatif rendah dan belum mampu memanfaatkan potensi pasar wisata secara maksimal. Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan analitis yang mampu memetakan aktivitas rantai nilai UMKM secara menyeluruh sebagai dasar pengembangan strategi hilirisasi industri. Berdasarkan latarbelakang yang diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan model analisis rantai nilai (*value chain)* UMKM sebagai dasar perumusan strategi hilirisasi industri yang aplikatif untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing UMKM di desa pariwisata Kampung Tajur Purwakarta. Penelitian ini menawarkan kebaruan berupa pengembangan model *value chain analysis* hilirisasi (VCA-hilirisasi) yang mengintegrasikan pemetaan rantai nilai berbasis kerangka Porter, analisis nilai tambah Hayami, margin pemasaran, *location quotient* (LQ), metode perbandingan eksponensial (MPE), serta analisis SWOT & QSPM. Integrasi tersebut menghasilkan alur analisis yang sistematis mulai dari identifikasi aktivitas rantai nilai dan *bottleneck*, pengukuran nilai tambah,

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

penapisan komoditas unggulan, penentuan prioritas hilirisasi, hingga formulasi strategi yang terintegrasi dengan potensi pariwisata. Dengan pendekatan tersebut, penelitian tidak hanya menghasilkan diagnosis permasalahan rantai nilai, tetapi juga menyediakan model pengambilan keputusan hilirisasi yang dapat menjadi dasar pengembangan dan replikasi pada UMKM berbasis desa wisata lainnya

## TELAAH LITERATUR

Kajian *value chain analysis* telah lama digunakan sebagai pendekatan strategis untuk mengidentifikasi sumber nilai tambah dan keunggulan bersaing dalam organisasi bisnis. Penerapan model rantai nilai Porter pada UMKM juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi aktivitas yang menghasilkan nilai tambah serta merumuskan strategi peningkatan margin dan daya saing (Sari, 2025; Zahra & Zahri, 2025). Dalam konteks UMKM, analisis rantai nilai tidak hanya berfungsi untuk memetakan aktivitas penciptaan nilai, tetapi juga membantu merngidentifikasi peluang peningkatan nilai tambah melalui pengolahan, inovasi, pemasaran, dan pengembangan produk hingga tahap hilir (Harpis *et al*., 2025; Azrani *et al*., 2026).

Di Indonesia, penelitian tentang rantai nilai UMKM menunjukkan bahwa pemahaman aktivitas utama dan pendukung dapat membantu pelaku usaha merumuskan strategi pengembangan yang lebih tepat sasaran (Suseno *et al*., 2020). Studi pada UMKM sektor pangan dan kerajinan juga membuktikan bahwa pemetaan rantai nilai berperan dalam peningkatan kualitas produk, efisiensi proses, dan keunggulan kompetitif (Arif *et al*., 2025; Rosaida *et al*., 2025). Penelitian lain menegaskan bahwa penguatan rantai nilai berdampak langsung pada peningkatan daya saing UMKM melalui perbaikan proses produksi, pengemasan, dan distribusi. Penguatan hubungan antar pelaku usaha pada tourism supply chain menjadi faktor penting dalam menciptakan keberlanjutan dan daya saing destinasi wisata (Widyanto *et al*., 2025; Chhetri *et al*., 2026).

Penelitian terdahulu masih berfokus pada peningkatan kinerja internal UMKM dan belum secara eksplisit mengaitkannya dengan agenda hilirisasi industri, khususnya pada konteks desa pariwisata. Selain itu, penelitian terkait analisis rantai nilai UMKM yang secara spesifik dikaitkan dengan hilirisasi industri di desa pariwisata masih relatif terbatas. Padahal, desa pariwisata memiliki karakteristik unik dimana UMKM berperan sebagai bagian dari ekosistem pariwisata dan ekonomi lokal (Alvianna *et al*., 2022). UMKM di desa pariwisata juga memiliki peluang besar untuk mengembangkan hilirisasi industri karena adanya keterkaitan langsung dengan aktivitas wisata dan permintaan pasar berbasis pengalaman lokal. Beberapa studi menyebutkan bahwa integrasi UMKM dengan pariwisata lokal memerlukan model pengembangan yang berbasis potensi nilai tambah dan keterkaitan antar sektor (Sumardi *et al*., 2025; Dewi *et al*., 2019).

## METODE PENELITIAN

Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM aktif di Kampung Tajur. Mengingat jumlah unit usaha relatif terbatas yaitu ada 12 UMKM dan terkonsentrasi, teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh/sensus untuk responden wawancara mengenai VCA, yakni seluruh pelaku UMKM terdata diikutsertakan agar peta rantai nilai bersifat menyeluruh (Sugiyono, 2018). Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode *value chain analysis* (VCA) untuk memetakan aktivitas penciptaan nilai, hubungan antaraktor, serta peluang peningkatan nilai tambah dan hilirisasi produk unggulan UMKM di desa wisata Kampung Tajur Purwakarta. Pendekatan VCA digunakan untuk mengidentifikasi tahapan aktivitas mulai dari penyediaan bahan baku, proses

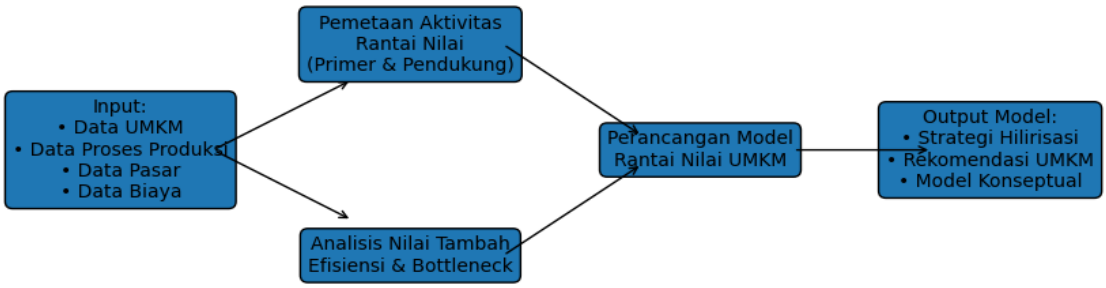
P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

produksi, pengemasan, distribusi, pemasaran hingga produk diterima konsumen. Pendekatan serupa digunakan dalam analisis rantai nilai pada desa wisata untuk mengidentifikasi proses bisnis dan keterkaitan usaha lokal dalam *tourism value chain* (Sutono *et al*., 2022). Analisis rantai nilai juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi tahapan rantai nilai dan kepentingan para pemangku kepentingan dalam penciptaan nilai produk (Isa *et al*., 2023).

Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan *focus group discussion* (FGD) dengan pelaku UMKM yang berjumlah 12 orang dan pemangku kepentingan terkait di desa wisata Kampung Tajur. Data dikumpulkan untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas produksi, penggunaan bahan baku, biaya, harga jual, saluran distribusi, pemasaran, teknologi, sumber daya manusia, serta hubungan UMKM dengan pemasok, konsumen, pemerintah desa, pengelola desa wisata, dan pihak pendukung lainnya. Data sekunder diperoleh dari dokumen desa, data UMKM, publikasi pemerintah, serta literatur relevan.

Analisis dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah pemetaan rantai nilai, yaitu mengidentifikasi aktor dan aktivitas utama serta aktivitas pendukung dalam rantai nilai produk unggulan UMKM. Pemetaan mencakup aktivitas *upstream*, *midstream*, dan *downstream* untuk mengetahui aliran bahan, produk, informasi, dan nilai ekonomi. Tahap kedua yaitu analisis nilai tambah, dilakukan untuk mengetahui kontribusi setiap aktivitas terhadap peningkatan nilai produk dan mengidentifikasi aktivitas yang memberikan nilai tambah terbesar. Tahap ketiga adalah mengidentifikasi *bottleneck*, dilakukan dengan menilai kendala pada aspek teknologi dan inovasi, pengadaan bahan baku, jejaring usaha, proses produksi, logistik, sumber daya manusia, pemasaran, dan infrastruktur. Tahap keempat yaitu analisis peluang hilirisasi dan *value chain upgrading* yang dilakukan dengan mengidentifikasi peluang peningkatan produk, proses, fungsi, dan akses pasar. Pendekatan *value chain upgrading* dapat digunakan untuk mengidentifikasi strategi peningkatan nilai tambah melalui perbaikan produk, proses produksi, dan fungsi pelaku dalam rantai nilai (Zahra & Wicaksono, 2023). Tahap terakhir menggunakan hasil analisis untuk menyusun model konseptual VCA–hilirisasi yang menghubungkan aktivitas rantai nilai, nilai tambah, *bottleneck*, dan alternatif strategi peningkatan daya saing UMKM.

Selanjutnya, model konseptual divalidasi melalui FGD yang melibatkan perwakilan pelaku UMKM, pengelola desa wisata, pemerintah desa, dan pemangku kepentingan terkait. FGD digunakan untuk mengonfirmasi hasil pemetaan rantai nilai, memvalidasi faktor penghambat, serta menentukan prioritas strategi hilirisasi yang sesuai dengan kondisi lokal. Hasil akhir penelitian berupa peta rantai nilai UMKM, identifikasi aktivitas bernilai tambah, pemetaan *bottleneck*, serta model strategi hilirisasi produk unggulan UMKM berbasis desa wisata. Luaran tahap ini berupa model analitis rantai nilai UMKM yang memenuhi kriteria pembuktian konsep pada TKT 3. Diagram pengembangan model untuk penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 1.




**Gambar 1. Pengembangan Model Analisis Rantai Nilai UMKM**
Sumber: Diolah peneliti, 2026.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

## HASIL ANALISIS

Pengumpulan data primer dilakukan terhadap 12 pelaku UMKM Kampung Tajur melalui survei dan wawancara terstruktur, menghasilkan dataset yang menjadi dasar seluruh analisis lanjutan. Rekapitulasi indikator utama disajikan pada Tabel 1.

### Pemetaan Rantai Nilai

Setiap aktivitas usaha 12 UMKM dipetakan ke dalam sembilan kategori aktivitas Porter, yaitu lima aktivitas primer (logistik masuk, operasi, logistik keluar, pemasaran & penjualan, layanan), dan empat aktivitas pendukung (infrastruktur, manajemen SDM, pengembangan teknologi, pengadaan) (Kaplinsky & Morris, 2000). Lima aktivitas primer dan empat aktivitas pendukung tersebut dinilai dengan skor Likert 1–5. Skema peta rantai nilai yang digunakan sebagai kerangka analisis disajikan pada Gambar 1.

Hasil rekapitulasi rata-rata skor 12 UMKM pada setiap dimensi aktivitas rantai nilai disajikan pada Tabel 2 dan Gambar 2. Rata-rata skor VCA keseluruhan diperoleh sebesar 2,53 (kategori "Lemah–Cukup"), dengan 7 dari 9 dimensi teridentifikasi sebagai bottleneck (skor ≤ 2,60).

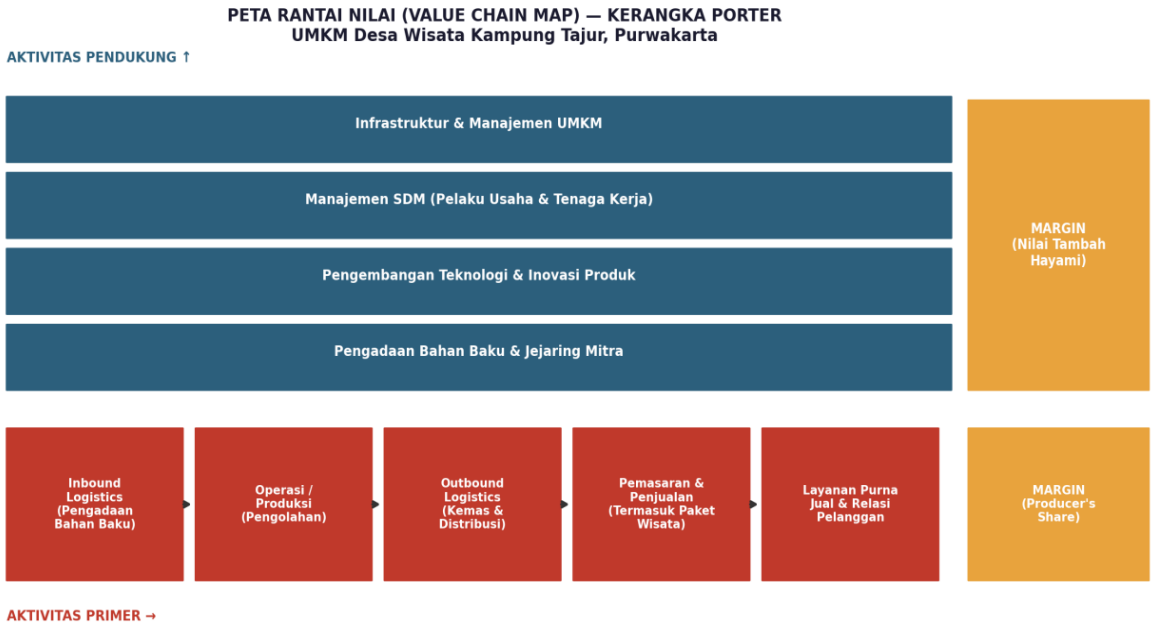
Kategori skor pada Tabel 2 ditetapkan secara *a priori* menggunakan metode *equal-width interval* berdasarkan rentang teoritis skala Likert 1–5. Berdasarkan hasil perhitungan, rentang skor 1–5 dibagi menjadi lima kategori dengan interval yang sama, yaitu sangat lemah (1,00–1,80), lemah (1,81–2,60), cukup (2,61–3,40), kuat (3,41–4,20), dan sangat kuat (4,21–5,00). Penilaian aktivitas rantai nilai & identifikasi *bottleneck* menunjukan titik intervensi prioritas hilirisasi (*bottleneck*) berada pada dimensi teknologi & inovasi (skor terendah, 2,07) dan *outbound logistics* (2,33), diikuti dimensi pengadaan & jejaring (2,13). Dimensi pemasaran & penjualan tercatat sebagai kekuatan relatif tertinggi (3,27). Oleh karena itu, peningkatan teknologi, kapasitas SDM, infrastruktur dan pengadaan diperlukan untuk meningkatkan referensi dan daya saing usaha (Pulukadang *et al*., 2024).

**Tabel 1. Rekapitulasi Indikator Utama UMKM Kampung Tajur Purwakarta**

| No | Indikator | Hasil |
|---|---|---|
| 1 | UMKM kuliner/makanan olahan | 9 UMKM (75,0 persen) |
| 2 | Jasa wisata/*homestay* | 2 UMKM (16,7 persen) |
| 3 | Kerajinan/anyaman | 1 UMKM (8,3 persen) |
| 4 | Usaha mikro | 11 UMKM (91,7 persen) |
| 6 | Usaha menengah | 1 UMKM (8,3 persen) |
| 7 | Memiliki NIB | 5 UMKM (41,7 persen) |
| 8 | Belum memiliki NIB | 7 UMKM (58,3 persen) |
| 9 | Menggunakan modal sendiri | 12 UMKM (100 persen) |
| 10 | Melakukan pengolahan lanjutan seluruh/sebagian produk | 9 UMKM (75,0 persen) |
| 11 | Menjual produk sebagai oleh-oleh Tajur secara rutin | 5 UMKM (41,7 persen) |
| 12 | Pencatatan keuangan tidak pernah dilakukan | 8 UMKM (66,7 persen) |
| 13 | Mengandalkan tenaga kerja 1–3 orang | 10 UMKM (83,3 persen) |

Sumber: Data primer (diolah), 2026.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)




**Gambar 2. Peta Rantai Nilai (*Value Chain Map*) Kerangka Porter, UMKM Kampung Tajur**
Sumber: Data primer (diolah), 2026.

**Tabel 2. Matriks Penilaian Aktivitas Rantai Nilai & Identifikasi *Bottleneck***

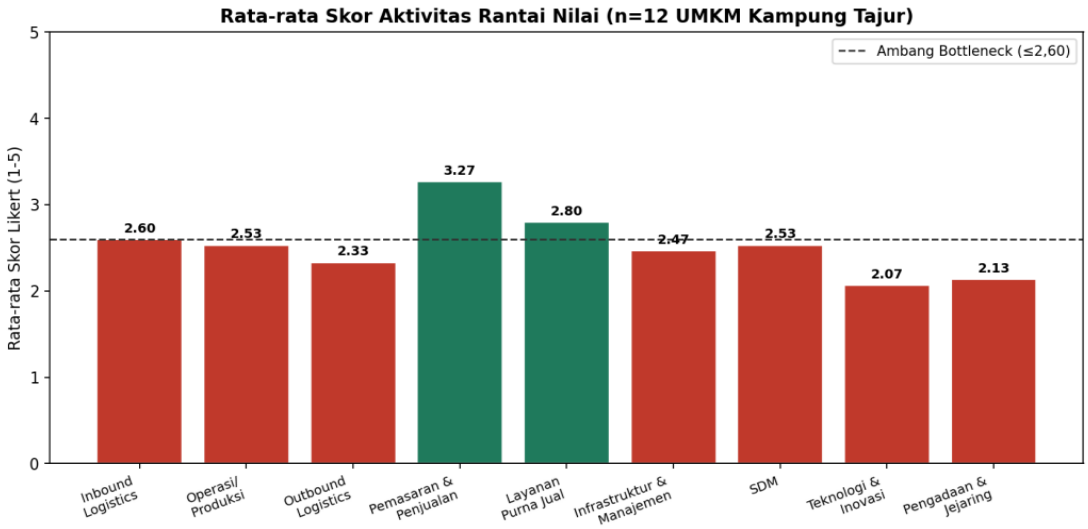
| No | Aktivitas | Kelompok | Skor Rata-rata | Klasifikasi | Status |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Inbound Logistics | Primer | 2,60 | Lemah | ⚠ Bottleneck |
| 2 | Operasi/Produksi | Primer | 2,53 | Lemah | ⚠ Bottleneck |
| 3 | Outbound Logistics | Primer | 2,33 | Lemah | ⚠ Bottleneck |
| 4 | Pemasaran & Penjualan | Primer | 3,27 | Cukup | - |
| 5 | Layanan Purna Jual | Primer | 2,80 | Cukup | - |
| 6 | Infrastruktur & Manajemen | Pendukung | 2,47 | Lemah | ⚠ Bottleneck |
| 7 | SDM | Pendukung | 2,53 | Lemah | ⚠ Bottleneck |
| 8 | Teknologi & Inovasi | Pendukung | 2,07 | Lemah | ⚠ Bottleneck |
| 9 | Pengadaan & Jejaring | Pendukung | 2,13 | Lemah | ⚠ Bottleneck |

Sumber: Data primer (diolah), 2026.

**Analisis Nilai Tambah, Margin Pemasaran & Daya Saing**

Nilai tambah dihitung dengan metode Hayami adaptasi per unit produk (k = m×D; NT = k−(F+G); h% = NT/k×100) karena data survei belum mencatat berat bahan baku (B, kg/proses) dan input tenaga kerja dalam HOK (C) secara terpisah (Hayami *et al*., 1987) . Ringkasan hasil untuk 5 (lima) komoditas dengan rasio nilai tambah (h%) tertinggi disajikan pada Tabel 3.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)




**Gambar 3. Grafik Rata-rata Skor 9 Dimensi Aktivitas Rantai Nilai vs Ambang *Bottleneck***
Sumber: Data primer (diolah), 2026.

**Tabel 3. Lima Komoditas dengan Rasio Nilai Tambah (h%) Tertinggi (Metode Hayami)**

| No | Nama | Produk | NT (Rp/unit) | h% (Rasio NT) | Keuntungan π (Rp) |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Nining | Nasi liwet | 500.000 | 99,9 | 500.000 |
| 2 | Dedi | Anyaman | 47.000 | 94,0 | 47.000 |
| 3 | Yayan | Simping | 2.500 | 83,3 | 2.500 |
| 4 | Oman | Gula aren | 2.249,5 | 75,0 | 2.249,5 |
| 5 | Ace Rosad | Gula aren Tajur Kahuripan | 2.000 | 66,7 | 2.000 |

Sumber: Data primer (diolah), 2026.

Hasil analisis metode Hayami menunjukkan beberapa produk UMKM memiliki kemampuan menciptakan nilai tambah yang tinggi. Produk Nining Nasi Liwet memiliki rasio nilai tambah tertinggi sebesar 99,9 persen, diikuti produk Anyaman Dedi sebesar 94 persen, produk Simping sebesar 83,3 persen, produk Gula Aren sebesar 75 persen, dan produk Gula Aren Tajur Kahuripan sebesar 66,7 persen. Hal ini menunjukkan bahwa pengolahan dan diferensiasi produk lokal memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk hilirisasi.

Analisis margin pemasaran dan *producer's share* (MP = Pr−Pf*; Producer Share* = Pf/Pr×100) menunjukkan 9 dari 12 UMKM (atau 75 persen) menjual langsung ke wisatawan tanpa perantara (*producer share* sebesar 100 persen). Tiga UMKM yang menjual melalui warung/toko desa atau pengelola paket wisata memperoleh *producer's share* sebesar 83,3 persen dengan margin pemasaran Rp 600–Rp 2.000 per unit, mengindikasikan potensi kehilangan nilai pada rantai yang melibatkan perantara argumen bagi integrasi langsung UMKM ke pasar wisata sebagai strategi hilirisasi.

**Penapisan Komoditas Unggulan (*Location Quotient* atau LQ)**

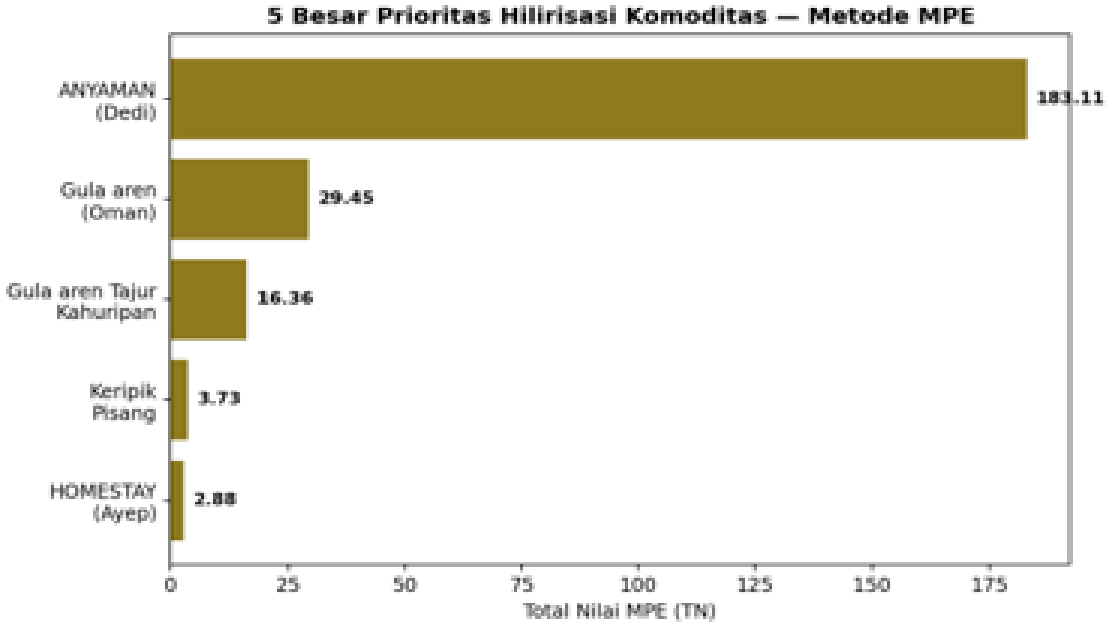
LQ dihitung dengan maksud untuk melihat basis atau spesialisasi sektor UMKM Kampung Tajur (LQ = (vi/vt)/(Vi/Vt); LQ > 1 = basis unggulan) menggunakan asumsi *share* pembanding tingkat kecamatan sebesar 20 persen per sektor (Tarigan, 2005).

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

**Tabel 4. *Location Quotient* (LQ) per Sektor UMKM Kampung Tajur**

| No | Sektor/Klaster | Jml UMKM | LQ | Status |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Kuliner/Makanan Olahan | 9 | 3,75 | Basis (Unggulan) |
| 2 | Jasa Wisata/Homestay/Pemandu | 2 | 0,83 | Non-Basis |
| 3 | Kerajinan Tangan/Anyaman | 1 | 0,42 | Non-Basis |

Sumber: Data primer (diolah), 2026.




**Gambar 4. Lima Besar Komoditas Prioritas Hilirisasi, Total Nilai MPE**
Sumber: Data primer (diolah), 2026.

**Prioritas Hilirisasi Komoditas Metode Perbandingan Eksponensial (MPE)**

MPE memeringkat 12 komoditas berdasarkan lima kriteria terbobot, yaitu: Nilai Tambah (bobot 5), Keterkaitan Wisata (4), Ketersediaan Bahan Baku (3), Kesiapan SDM (3), dan Potensi Pasar (4), mengikuti TNi = Π(RKij)^TKKj (Marimin, 2004). Lima besar komoditas prioritas hilirisasi disajikan pada Gambar 4.

Anyaman milik Dedi menempati peringkat pertama dengan Total Nilai MPE = 183,11, didorong oleh rasio nilai tambah Hayami tertinggi (h%) sebesar 94 persen dan skor keterkaitan wisata maksimal, menjadikannya komoditas prioritas utama hilirisasi UMKM Kampung Tajur. Dengan demikian, anyaman memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk unggulan yang terintegrasi dengan sektor pariwisata Kampung Tajur. Dengan mengetahui prioritas hilirisasi ini memperkuat bahwa Industri kreatif berperan penting dalam pengembangan pariwisata dan perekonomian masyarakat. Teknologi modern dan sistem informasi juga dinilai penting dalam produksi, distribusi, dan komersialisasi (Seliari, 2019)

**Pengembangan Model Konseptual VCA Hilirisasi (TKT 3)**

Pengembangan model dilakukan berdasarkan ketujuh teknik analisis di atas dipadukan menjadi model konseptual VCA–Hilirisasi yang menjadi merupakan pembuktian konsep, pada TKT 3. Alur model disajikan pada Gambar 5.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)




**Gambar 5. Model Konseptual VCA–Hilirisasi UMKM Desa Wisata Kampung Tajur (Luaran TKT 3)**

Sumber: Data primer (diolah), 2026.

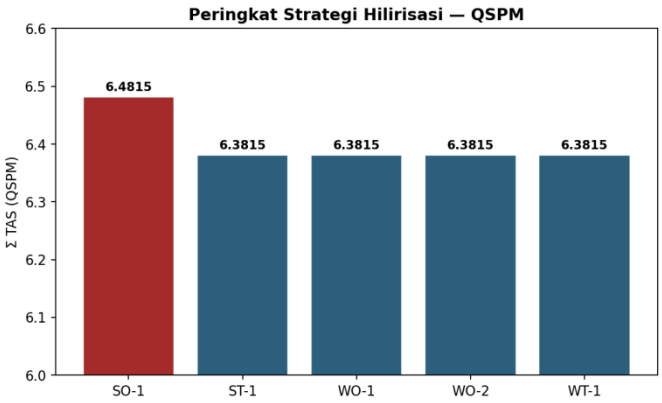
**Tabel 5. Alternatif Strategi Hilirisasi — Matriks TOWS**

| Kode | Jenis | Rumusan Strategi |
|---|---|---|
| SO-1 | SO | Integrasi produk UMKM unggulan ke dalam paket wisata bermerek Kampung Tajur (*bundling homestay* + kuliner/kerajinan khas) |
| ST-1 | ST | Penguatan kemasan & *branding* khas Tajur berbasis kearifan lokal untuk bersaing dengan produk luar desa |
| WO-1 | WO | Digitalisasi pemasaran (media sosial/*e-commerce*) & pengurusan NIB/legalitas untuk menjangkau lebih banyak wisatawan |
| WO-2 | WO | Pelatihan teknis produksi & SOP untuk meningkatkan konsistensi kualitas dan kapasitas hilirisasi produk |
| WT-1 | WT | Penguatan akses permodalan kelompok/koperasi & kemitraan dengan Kompepar/Pemerintah Desa |

Sumber: Data primer (diolah), 2026.

Analisis SWOT (matriks TOWS) menghasilkan lima alternatif strategi hilirisasi (sheet SWOT), dirangkum dalam Tabel 5. Kelima strategi diperingkat kuantitatif melalui *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM; TAS = Bobot × *Attractiveness Score*) menggunakan 21 faktor kunci IFE/EFE (sheet QSPM). Hasil peringkat untuk *Total Attractiveness Score* (ΣTAS) disajikan dalam Gambar 6.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)




**Gambar 6. Peringkat Strategi Hilirisasi berdasarkan ΣTAS — QSPM**
Sumber: Data primer (diolah), 2026.

Strategi SO-1 (integrasi produk UMKM unggulan ke dalam paket wisata bermerek Kampung Tajur) menjadi strategi prioritas utama hilirisasi dengan nilai ΣTAS sebesar 6,4815, tertinggi di antara lima alternatif strategi (ST-1, WO-1, WO-2, WT-1 dimana masing-masing memiliki nilai ΣTAS sebesar 6,3815.

## Pembahasan

Hasil pemetaan rantai nilai menunjukkan UMKM Kampung Tajur secara umum berada pada tahap awal pengembangan kapasitas usaha, dengan skor VCA rata-rata 2,53 yang mengindikasikan sebagian besar aktivitas primer maupun pendukung belum optimal, terutama pada aspek teknologi dan inovasi, pengadaan, serta jejaring usaha. Kondisi tersebut menunjukkan peningkatan daya saing UMKM tidak hanya bergantung pada aktivitas produksi, tetapi juga pada penguatan aktivitas pendukung yang mampu menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan argumen Porter (1990) yang menyatakan keunggulan kompetitif dibangun melalui sinergi antara aktivitas primer dan aktivitas pendukung dalam rantai nilai. Hasil penelitian Isa *et al*. (2023) juga menunjukkan penguatan setiap aktivitas rantai nilai mampu meningkatkan efisiensi, nilai tambah, dan daya saing UMKM.

Analisis nilai tambah metode Hayami menunjukkan bahwa produk anyaman dan olahan pangan memiliki rasio nilai tambah tertinggi sehingga layak menjadi prioritas hilirisasi. Selain itu, hasil LQ menunjukkan sektor kuliner sebagai sektor basis, sedangkan MPE menetapkan produk anyaman sebagai komoditas prioritas karena memiliki kombinasi nilai tambah, keterkaitan wisata, dan potensi pasar yang tinggi (Halifah *et al*., 2026; Yusnita *et al*., 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa strategi hilirisasi melalui diferensiasi produk memiliki peluang ekonomi yang nyata, sekalipun keterbatasan data primer (berat bahan baku dan HOK tenaga kerja) menuntut kehati-hatian dalam interpretasi angka absolut. Temuan *producer's share* yang tinggi (100 persen pada 75 persen UMKM) juga mengonfirmasi bahwa struktur rantai pasok saat ini relatif menguntungkan pelaku usaha, karena minimnya perantara yang mengambil margin kondisi yang berbeda dengan rantai nilai komoditas pertanian konvensional yang umumnya melibatkan rantai distribusi panjang. Hasil tersebut menyatakan peningkatan nilai tambah melalui pengolahan lanjutan merupakan strategi efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Sementara itu, Sutono *et al*. (2022) menjelaskan keberhasilan desa wisata sangat dipengaruhi oleh integrasi rantai nilai antar pelaku usaha, pemerintah, dan sektor pariwisata.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Kontribusi utama penelitian ini adalah menghasilkan model konseptual VCA–Hilirisasi yang mengintegrasikan VCA, Hayami, LQ, MPE, SWOT dan QSPM sebagai dasar penyusunan strategi hilirisasi UMKM berbasis desa wisata. Model ini memberikan pendekatan yang lebih komprehensif dibandingkan penggunaan satu metode analisis saja, sehingga dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah dan pengelola desa wisata dalam menentukan prioritas pengembangan UMKM secara lebih objektif. Berbasis hasil penelitian, strategi utama yang direkomendasikan adalah mengintegrasikan produk unggulan UMKM ke dalam paket wisata bermerek Kampung Tajur (ΣTAS = 6,4815) serta melalui *bundling* produk dengan *homestay* dan aktivitas wisata. Strategi ini perlu didukung oleh penguatan kemasan dan branding, digitalisasi pemasaran, peningkatan SOP dan kapasitas produksi, serta penguatan jejaring dengan KOMPEPAR dan Pemerintah Desa untuk mengatasi *bottleneck* teknologi, pengadaan, jejaring, dan distribusi.

## SIMPULAN

Penelitian ini memetakan rantai nilai dari 12 UMKM Kampung Tajur menggunakan kerangka Porter, dengan skor rata-rata 2,53 (kategori Lemah–Cukup) dan 7 dari 9 dimensi teridentifikasi sebagai *bottleneck*, terutama pada dimensi teknologi & inovasi (2,07) dan dimensi pengadaan & jejaring (2,13). Analisis nilai tambah metode Hayami menunjukkan potensi hilirisasi tinggi pada produk anyaman (94 persen) dan olahan pangan lokal, dengan mayoritas UMKM (75 persen) menjual langsung ke wisatawan tanpa perantara. Melalui metode LQ dan MPE, anyaman ditetapkan sebagai komoditas prioritas hilirisasi (Total Nilai MPE = 183,11) berkat rasio nilai tambah dan keterkaitan wisata tertinggi. Temuan ini menghasilkan model konseptual VCA–Hilirisasi pada tingkat TKT 3 yang dapat menjadi dasar bagi strategi penguatan teknologi, SDM, dan jejaring pengadaan guna meningkatkan daya saing UMKM desa wisata berbasis kearifan lokal.

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya. Pertama, jumlah responden relatif terbatas, yaitu 12 UMKM, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasi pada UMKM di desa wisata lain. Kedua, kelengkapan data bahan baku, tenaga kerja, dan harga pada tingkat konsumen akhir masih terbatas, sehingga beberapa analisis, khususnya nilai tambah Hayami dan margin pemasaran, masih menggunakan pendekatan adaptasi dan asumsi tertentu. Ketiga, analisis LQ masih menggunakan asumsi data pembanding sektoral karena keterbatasan ketersediaan data statistik wilayah. Keempat, model VCA–Hilirisasi yang dihasilkan masih berada pada tahap pembuktian konsep (TKT 3) dan belum diuji melalui implementasi pada skala lebih luas. Oleh karena itu, penelitian mendatang disarankan memperluas jumlah dan wilayah responden, melengkapi data kuantitatif secara lebih rinci, menggunakan data statistik wilayah yang lebih akurat, serta melakukan *piloting* dan evaluasi empiris terhadap penerapan model untuk mengukur dampaknya atas nilai tambah, daya saing, omzet, dan keberlanjutan UMKM.

## REFERENSI

Alvianna, S., Astuti, W., Hidayatullah, S., & Krisnanda, R. (2022). *Pengantar ilmu pariwisata pariwisata*. UWAIS Publisher.

Arif, A., Wibawa, G. R., & Pauzy, D. M. (2025). Strategi penerapan value chain dalam meningkatkan competitive advantage UMKM kerajinan. *Ecoplan*, *8*(1). https://doi.org/10.20527/ecoplan.v8i1.1104.

Azrani, U., Amri, C., Aulia, M. R., & Pramulya, R. (2026). Value chain analysis and value creation of u Neulheu: An enterprise-centered case study of Sangrai Natural Teunom MSME, Aceh Jaya. *Jurnal Bisnis Tani*, *12*(1), 51-60. https://doi.org/10.35308/jbt.v12i1.298.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Chhetri, P., Tsui, K. W. H., & Wu, C. (2026). Tourism supply chain resilience - towards theory, method, and policy integration. *Current Issues in Tourism*. Routledge. https://doi.org/10.1080/13683500.2026.2639590.

Halifah, D., Widyastuti, Saputra, I. A., & Muis, A. A. (2026). Mapping of leading sectors for blue economy sustainability in Donggala District: A qualitative approach and location quotient analysis. *Jurnal Geografi Geografi Dan Pengajarannya*, *24*(1), 503–524. https://doi.org/10.26740/jggp.v24n1.p503-524.

Harpis, M., Hasibuan, M., & Simanullang, H. (2025). Pengembangan rantai nilai (value chain) ekonomi kreatif melalui hilirisasi energi terbarukan di tingkat UMKM Medan Johor. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis (JMEB)*, *4*(2), 109–125. https://doi.org/10.61715/jmeb.v4i2.133.

Hayami, Y., Kikuchi, M., & Marciano, S. (1987). *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java: A Perspective from a Sunda Village*. CGPRT Centre, No. 8. https://hdl.handle.net/20.500.12870/4023.

Isa, M., Wajdi, M. F., Mangifera, L., Mardalis, A., & Kamarulzaman, N. H. (2023). Value chain and stakeholders' analyses of batik tulis industry in Indonesia. *Journal of Evolutionary Studies in Business, 8*(2), 138-167. https://doi.org/10.1344/jesb2023.8.2.38898.

Kaplinsky, R., & Morris, M. (2000). A handbook for value chain research. *Prepared for the IDRC*. Institute for Development Studies.

Marimin. (2004). *Teknik dan aplikasi pengambilan keputusan kriteria majemuk*. Grasindo.

Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. The Free Press. https://doi.org/10.1007/978-1-349-11336-1.

Pulukadang, T. S. , Bokiu, Z. , & Wuryandini, A. R. (2024). Analisis rantai nilai (value chain) pada usaha Rumah Karawo Kota Gorontalo. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *6*(12), 7078-7094. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i12.2998.

Purnomo, S., & Purwandari, S. (2025). A comprehensive micro, small, and medium enterprise empowerment model for developing sustainable tourism villages in rural communities: A perspective. *Sustainability (Switzerland)*, *17*(4), 1368. https://doi.org/10.3390/su17041368.

Rosaida, L., Wijayantini, B., & Sari, K. M. (2025). Analisis rantai nilai (value chain) sebagai upaya untuk meningkatkan keunggulan kompetitif (Studi kasus pada UMKM kripik tempe pecah 1000 di Desa Kaliboto Lor, Lumajang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, *6*(3), 1-15. https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2693.

Santoso, S., Sabila, N., & Yamindago, A. (2025). Analisis rantai nilai dengan pendekatan klaster industri pada destinasi pariwisata super prioritas (DPSP) Likupang Minahasa Utara. *Journal of Fisheries and Marine Research*, *9*(2), 258–272. https://doi.org/10.21776/ub.jfmr.2025.009.02.4.

Sari, P. N. (2025). Analisis rantai nilai usaha produk rengginang UMKM Kabupaten Bogor. *Journal of Management and Business Review*, *22*(1), 31–44. https://doi.org/10.34149/jmbr.v22i1.625.

Seliari, T. (2019). Pengembangan pariwisata berkelanjutan berdasarkan rantai nilai industri kreatif destinasi pariwisata. *Jurnal Koridor*, *9*(1), 151–159. https://doi.org/10.32734/koridor.v9i1.1327.

Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Sumardi, V., Sopian, T., Rosadi, A., & Hutahaean, R. (2025). The business mindset of the tourism village community organizations: Value and supply chain analysis. *Journal of Mandalika Review*, *4*(1), 23–34. https://doi.org/10.55701/mandalika.v4i1.208.

Suseno, A., Arifin, J., & Sutrisno. (2020). Analisis value chain management pada usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia. *Global Journal of Information Technology and Science Innovation, 01*(01), 24–33. https://doi.org/10.35261/gijtsi.v1i01.4292.

P-ISSN 2089-1989
E-ISSN 2614-1523
Terakreditasi (SK No. 225/E/KPT/2022)

Sutono, A., Sumaryadi, Rahtomo, W., Ristanto, H., Permana, O., Ashutosh, K., & Aksan, A. (2022). Business process diagnosis of "BUMDES" based on tourism value chain (A case of Petarangan tourism village). *Archives of Business Research*, *10*(9). https://doi.org/10.14738/abr.109.13048.

Tarigan, R. (2005). *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*. Bumi Aksara.

Widyanto, D. R., Damanik, F., Lubis, F. A., Febrianti, T., & Nurbaiti. (2025). Analisis aktivitas value chain terhadap kualitas produk pada UMKM bika ambon. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonom*, *2*(1). https://doi.org/10.61722/jrme.v2i1.3447.

Yusnita, A., Mayasari, R., Yulindawati, Y., & Patrianto, W. (2024). Penggunaan metode perbandingan eksponensial (MPE) untuk menentukan produk unggulan di UKM XYZ. *DiJITAC: Digital Journal of Information Technology and Communication*, *5*(1), 1-11. https://doi.org/10.21093/dijitac.v5i1.9854.

Zahra, Z. A., & Wicaksono, P. A. (2023). Analisis pengukuran kinerja rantai pasok menggunakan metode supply chain operations reference (SCOR) dan analytical hierarchy process (AHP) (Studi kasus: PT Tirta Investama Klaten). *Industrial Engineering Online Journal*, *12*(3). https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/40320.

Zahra, & Zahri, A. M. P. E. (2025). Pengaruh value chain analysis terhadap peningkatan nilai pelanggan. *Jurnal Semesta Ilmu Manajemen Dan Ekonomi*, *1*(4), 634-642. https://doi.org/10.71417/j-sime.v1i4.389.