

**ANALISIS RANTAI NILAI PADA KOMODITAS KELAPA DI DESA SERAM BUT,  
KECAMATAN PULAU HANAUT, KABUPATEN KOTAWARINGIN TIMUR**



Oleh:

**Amrina Rosyada, S.T.P, M.Agr.Sc.**

**NIP. 199506112024062003**

**FAKULTAS KEHUTANAN DAN LINGKUNGAN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR**

**2025**

## DAFTAR ISI

<i>I. Pendahuluan .....</i>	<i>4</i>
<i>II. Tujuan.....</i>	<i>4</i>
<i>III. Tahapan Metodologi .....</i>	<i>5</i>
<i>IV. Pembahasan .....</i>	<i>6</i>
<i>DAFTAR PUSTAKA .....</i>	<i>9</i>

Judul : Analisis Rantai Nilai Pada Komoditas Kelapa Di Desa Serambut,  
Kecamatan Pulau Hanaut, Kabupaten Kotawaringin Timur

Nama : Amrina Rosyada, S.T.P, M.Agr.Sc

NIP : 199506112024062003

Jabatan : Asisten Ahli

Bogor, 30 Juni 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Amrina Rosyada', written in a cursive style.

Amrina Rosyada, S.T.P., M.Agr.Sc.

NIP. 199506112024062003

## **I. Pendahuluan**

Di sekitar daerah perencanaan Kawasan Ekonomi Restoratif Serambut–Setiroek, terdapat 35 desa binaan RMU yang menghasilkan beragam jenis produk dan komoditas. Seiring dengan tujuan RMU untuk memberdayakan masyarakat desa, rencana pembangunan KER ini memberikan peluang bagi masyarakat untuk terlibat dalam pengolahan bahan baku dan diversifikasi hasil produk demi peningkatan nilai jual. Untuk memberikan manfaat yang maksimal pada masyarakat dan memastikan suplai bahan baku termanfaatkan dengan sempurna, perlu dilakukan analisis teknis terhadap beberapa produk dan komoditas yang dianggap potensial. Sesuai dengan prinsip utama ekonomi restoratif, komoditas yang dipilih untuk dibudidayakan dan diolah menjadi produk bernilai tinggi harus dapat hidup berdampingan dengan ekosistem lahan gambut dan hutan.

Hal pertama yang harus dilakukan untuk mendapatkan gambaran umum tentang komoditas dan produk yang akan diolah dan dihasilkan di KIER adalah memetakan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan serta memastikan peran yang nantinya akan mereka ambil. Pemetaan ini sesungguhnya berguna dalam menemukan sebuah tujuan yang mereka miliki bersama untuk kemudian dituangkan dalam visi pengembangan komoditas tersebut. Tujuan bersama itulah yang kemudian akan berusaha dicapai dengan beberapa strategi intervensi dari sisi SDM, *supply*, produk, operasional, dan pasar.

## **II. Tujuan**

Maka dari itu, demi menciptakan strategi intervensi yang tepat, pemahaman terhadap kondisi pasar—termasuk *market size*, kondisi *supply and demand*, pertumbuhan pasar, dan lain-lain—menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Tujuan dari makalah ini ialah untuk menghasilkan sebuah rencana pengelolaan komoditas yang lebih utuh, analisis produk ini juga dilengkapi dengan rencana operasional, persiapan kelembagaan, rencana finansial, serta analisis terhadap beberapa isu strategis yang mungkin timbul di sepanjang kegiatan produksi. Selanjutnya, pengembangan Kawasan Industri akan dilakukan dalam beberapa tahap.

### III. Tahapan Metodologi

#### 1. MVP (*Minimum Viable Product*)

Sebelum pelaku industri mulai mengeluarkan biaya yang lebih besar dan menjual produk secara massal, perlu dipastikan bahwa produk memiliki fitur dan spesifikasi yang cukup untuk menarik *early adopter customer*. Fase MVP juga sekaligus memvalidasi ide yang telah dituangkan saat *product development* kepada para calon konsumen asli. Produk yang dihasilkan dalam fase ini diharapkan mampu membantu industri untuk mengumpulkan *customer knowledge* dan *actual feedback* sebagai bahan evaluasi tim. Industri juga diharapkan mampu memahami karakteristik dari target pasar dan calon konsumen secara lebih tepat dan mendalam.

#### 2. *Product-market Fit*

Pada fase ini, industri mengukur kesesuaian produk dengan pasarnya, termasuk fitur-fitur produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Dalam fase *product-market fit*, konsumen sudah dapat melakukan pembelian dan menggunakan produk. Ketika produk dan pasar telah cocok (*product-market fit*), maka industri sudah memiliki sasaran konsumen yang tepat dengan produk yang ditawarkan. Selanjutnya, ketika konsumen sudah merasakan manfaat dari penggunaan produk tersebut, konsumen bahkan bisa bertindak menjadi saluran promosi produk.

#### 3. *Scale up*

Pada fase ini, industri telah tumbuh sekitar 20% atau menunjukkan performa yang lebih baik dari fase sebelumnya—selama kurang lebih 2 tahun. Skala produksi akan ditingkatkan secara signifikan pada fase ini. *Scale up* dapat terjadi ketika bisnis memiliki model bisnis yang dapat diskalakan dan diekspansikan ke pasar lain. Selain itu, sebuah organisasi atau industri harus lebih terorganisir, terstruktur, dan memiliki protokol internal dan prosedur yang lebih matang. Untuk dapat *scale up*, industri haruslah didukung oleh karyawan dengan profil yang lebih terspesialisasi dan peran yang lebih jelas. Dalam fase

ini, sebuah industri telah memiliki lebih banyak pengalaman serta mengetahui kekuatan dan kelemahan mereka dengan lebih baik.

#### 4. Regeneratif

Dalam tahap regeneratif, industri mampu tetap tumbuh secara ekonomi dengan tidak melawan batas-batas alam. Batas-batas ini meliputi kondisi alam dan masyarakat yang sehat secara sistemik, mampu memperbaiki diri sendiri, dan tetap mempertahankan vitalitas yang dibutuhkan dari segi sosial dan ekonomi.

### IV. Pembahasan

Kelapa adalah salah satu komoditas yang paling banyak dibudidayakan oleh masyarakat sekitar KER Serambut– Setiroek. Saat ini, daerah sebaran kelapa yang paling besar ada di desa Bantian, Hantipan, Serambut, Setiroek, Bapinang Hilir Laut. Setiap bulannya, desa-desa ini menghasilkan  $\pm 7.500$  ton kelapa. Berdasarkan data yang didapat, industry kelapa di desa-desa ini menyerap  $\pm 2.000$  orang tenaga kerja yang terdiri dari pemilik kebun dan buruh. Oleh masyarakat, bahan mentah kemudian diolah menjadi gula kelapa, VCO, arang, dan minyak kelapa.

Salah satu cara untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat adalah dengan mengolah bahan mentah yang mereka hasilkan menjadi produk turunan yang bernilai tinggi. Oleh karena itu, penentuan produk turunan yang tepat menjadi krusial guna memanfaatkan besarnya potensi komoditas kelapa secara maksimal.

Gambar 1. Agregasi Penentuan Produ Turunan Kelapa

#### Agregasi Penentuan Produk Turunan

Bagian	Olahan	Market Size Estimation (USD)	Market Growth (2017-2021)	Entry Price (USD)	Barrier to Entry
Batang	VCO	1.432.417	6.61%	\$17.5 (1 L)	Low
	MCT	2.665.362	9.70%	\$70 (1 L)	High
	Pasta Gigi	66.444.178	5.02%	\$9 (1 L)	Med
	Produk Olahan (Serundeng, Santan)	452.854,67	6.61%	\$ 27 (3 Kg)	Low
Sabut/Kulit	Media Tanam/Kebun (Cocopeat, Cocopot)	7.471	3.89%	\$ 2.1 (0.5kg)	Low
Air	Produk Olahan Makanan & Minuman	117.363	5.70%	\$ 25 (12 L)	Low

Dengan market growth yang mencapai 9,7% per tahun, pasar MCT Oil/asam kaprilat diproyeksikan akan mampu mencapai nilai USD 9,6 juta pada tahun 2029. Potensi pasar juga diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan penggunaannya sebagai ester dalam proses pembuatan produk perawatan kulit, perawatan rambut, kosmetik, parfum, sabun, obat-obatan, pelumas, dan surfaktan di berbagai negara di dunia—terutama Asia Pasifik. Maka dari itu, Produktivitas lahan dan penentuan produk olahan unik bernilai tinggi menjadi krusial guna memanfaatkan besarnya potensi komoditas kelapa. Berikut adalah analisis sisi permintaan dan penawaran:

Penawaran / Supply Side:

- Jumlah pasokan domestik untuk komoditas kelapa di pasar global melimpah tetapi bernilai rendah
- Produk olahan kelapa untuk dikonsumsi sudah dikuasai oleh korporasi besar
- Minimnya ketersediaan pasokan global terhadap bahan mentah pembuatan caprylic acid
- Dibutuhkan biaya R&D cukup tinggi untuk memproduksi caprylic acid berskala besar
- Risiko pengiriman dan kebijakan tarif/non terkait ekspor yang berbeda di berbagai negara untuk produk farmasi dan F&B

Permintaan / Demand Side:

- Permintaan caprylic acid dalam jumlah besar datang dari sektor industri farmasi dan kosmetik (B2B), terutama emerging market
- Harga caprylic acid yang tinggi di pasar global dapat menjadi *competitive advantage* untuk Indonesia jika dapat menyediakan produk berkualitas dengan strategi low-cost
- Tersedia produk substitusi untuk caprylic acid yang dibuat dari palm oil dan algal oil, serta *non-plant based consumption product*

Gambar 3. Produk MCT Oil

MCT Oil / Caprylic Acid

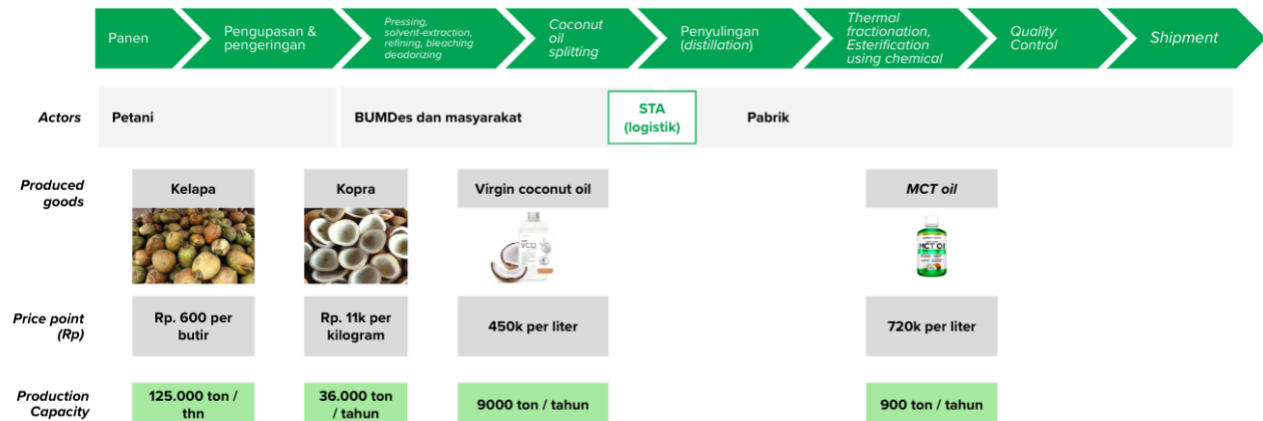


- Pasar MCT Oil / caprylic acid diproyeksikan akan mampu mencapai nilai USD 9,6 juta sampai dengan tahun 2029 (CAGR 9,7%).
- Potensi pasar akan terus meningkat seiring dengan penggunaannya sebagai ester dalam proses pembuatan produk perawatan kulit, perawatan rambut, kosmetik, parfum, sabun, obat-obatan, pelumas, dan surfaktan di berbagai negara di dunia, terutama Asia Pasifik.

**Key Takeaways**

- Dibandingkan dengan produk olahan lain dari komoditas kelapa yang pasarnya sudah tersaturasi, MCT oil berpeluang besar untuk dapat bersaing di *blue ocean market*
- Tingginya biaya R&D harus dapat dikompensasi dengan nilai dan kualitas produk yang tinggi, serta kapasitas produksi yang relevan

Gambar 4. Rantai Nilai dari Produk MCT Oil





## DAFTAR PUSTAKA

- Raja, S., & Verico, K. (2020). Global Value Chains(GVC) Pada Komoditi Primer Dan Manufaktur: Studi ASEAN 6. *Journal of Trade Development and Studies*, 44-59.
- OECD. (2021, 12 15). *Global Value Chain: Indonesia*. Retrieved from OECD: <https://www.oecd.org/sti/ind/GVCs%20-%20INDONESIA.pdf>
- ADB. (2019). *Global Value Chains*. Retrieved from In Asian Development Bank and the Islamic Development Bank: <https://doi.org/10.5089/9781484392928.001>
- Zhanga, C., Wua, J., Longa, C., & Chenga, M. (2017). Review of Existing Peer-to-Peer Energy Trading Projects . *Energy Procedia*, 2563 – 2568.
- Aung, M., & Chang, Y. (2014). Traceability in a food supply chain: Safety and quality perspectives. *Food Control* (39), 172-184.