

PENGEMBANGAN DAYA SAING PRODUK UNGGULAN DESA DAN DAERAH TERTINGGAL SERTA TRANSMIGRASI

¹Arif Purbantara, ²Mujiyanto, ³Emma Rahmawati

¹²³Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi

Jl. TMP Kalibata No.17 Jakarta Selatan

¹taralitbang@gmail.com, ²darmokelopo@gmail.com, ³emmakpdt@gmail.com

Abstrak

Keberhasilan suatu negara dalam mengikuti arus globalisasi adalah dengan terus dapat berdaya saing di level internasional. Tingkatan daya saing di Indonesia dimulai dari daya saing lokal, regional, nasional, dan internasional (global). Daya saing tersebut diharapkan dapat mendukung pembangunan suatu wilayah, sehingga terdapat produk unggulan yang perlu dikembangkan. Terdapat tiga area yang perlu dipacu dalam pembangunan wilayahnya saat ini yang menjadi fokus pengembangan daya saing antara lain desa, daerah tertinggal, dan transmigrasi. Berdasarkan hal tersebut maka perlu adanya penelitian mengenai bagaimana pengembangan daya saing produk unggulan desa, daerah tertinggal dan transmigrasi. Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa pengembangan daya saing produk unggulan desa, daerah tertinggal dan transmigrasi dapat dilakukan melalui "resources-based approach" yang kemudian dilakukan peningkatan keunggulan kompetitif yang dilakukan oleh berbagai pihak yang bekerjasama dalam mendukung pengembangan yang dilakukan diantaranya pengembangan kreativitas inovasi dan pengembangan teknologi.

Kata Kunci: daya saing, desa, daerah tertinggal, produk unggulan, transmigrasi

Abstract

The success of a country in following the flow of globalization is to continue to be competitive at the international level. The level of competitiveness in Indonesia starts from local, regional, national, and international (global) competitiveness. The competitiveness is expected to support the development of an area, so that there are superior products that need to be developed. There are three areas that need to be boosted in the development of the region at this time which is the focus of competitiveness development, among others villages, disadvantaged areas and transmigration. Based on this, there needs to be research on how to develop the competitiveness of superior products of villages, disadvantaged areas and trans migration. This study uses the method of literature study. The results of this study were obtained that the development of competitiveness of superior products of villages, disadvantaged areas and transmigration can be done through a "resources-based approach" which is then carried out increasing competitive advantage conducted by various parties who cooperate in supporting the development of innovation creativity and technology development

Keywords: competitiveness, villages, disadvantaged areas, superior products, transmigration

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi menuntut berbagai negara untuk dapat terus berdaya saing di level internasional. Kondisi persaingan semakin ketat di mana masing-masing negara

saling membuka pasarnya (Nalurita, Asmarantaka & Jahroh, 2014). Sehingga daya saing merupakan salah satu indikator negara yang berhasil dalam perdagangan internasional. Daya saing telah menjadi kunci perusahaan, negara maupun wilayah untuk bisa berhasil partisipasinya dalam globalisasi dan perdagangan bebas dunia (Bustami dan Hidayat, 2013). Daya saing merupakan kemampuan masyarakat untuk merubah dirinya secara berkelanjutan dalam merespon perubahan ekonomi, politik dan teknologi (Zaelani, 2019). Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan ketika tidak dapat merespon dengan baik perubahan yang ada maka pastinya suatu negara akan menjadi tertinggal dan terbelakang. Berdasarkan *Global Competitiveness Report* (Schwab & Zahidi, 2020) di tahun 2020 posisi daya saing Indonesia menempati posisi 40 dari 63 negara, masih dibawah Singapura (1), Malaysia (27), dan Thailand (29) yang masih sama-sama berada pada wilayah ASEAN. Indikator penilaian tersebut bertumpu pada perekonomian, efisiensi pemerintahan, efisiensi bisnis, dan infrastruktur. Begitu jelas bahwa secara global daya saing Indonesia harus ditingkatkan melalui indikator daya saing yang dijadikan dasar dalam perumusan, penetapan, evaluasi dan monitoring kebijakan, program dan kegiatan pembangunan daerah menuju kesejahteraan masyarakat yang berkelanjutan. Inti keberlanjutan sebuah daya saing sangat bergantung pada pengelolaan semua potensi sumber daya produktif yang didukung oleh penguatan teknologi untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan pasar (Suharman, Nugroho, Muq'asha, & Murti, 2018).

Indonesia merupakan negara yang secara struktural pemerintahan di mulai dari Desa, Kabupaten, Provinsi dan menjadi kesatuan yang utuh dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia. Di mana kesemuanya memiliki keunggulan dan keunikan masing-masing. Daya saing di Indonesia yang harus diperhitungkan dapat dianalisis pada tingkatan lokal, regional, nasional dan internasional (Imawan, 2002). Daya saing yang dibangun merupakan daya saing berkelanjutan yang dimulai dari tingkat pemerintahan terendah yaitu Desa (lokal). Daya saing ditingkat desa akan mendukung pada tingkat regional dan nasional. Desa di Indonesia mencapai 74.957, apabila dalam tingkat lokal (desa) dapat ditingkatkan daya saingnya maka hasilnya akan memberikan kontribusi pada daya saing nasional. Diketahui bahwa saat ini pembangunan di Indonesia masih belum merata, masih banyak wilayah di Indonesia baik desa maupun kabupaten yang tingkat kemajuannya masih rendah. Berdasarkan data IDM 2020 (Kementerian Desa, PDT, dan Transmigrasi, 2020) masih terdapat 3.540 desa yang sangat tertinggal dan 17.633 desa yang tertinggal, 62 Daerah Tertinggal, dan 144 Kawasan Transmigrasi yang perlu dikembangkan. Tentunya ini menjadi pekerjaan rumah tersendiri bagi semua pihak khususnya pemerintah pusat dalam hal ini Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Kemendesa). Terlebih lagi menurut hasil penelitian Parmadi, Emilia dan Zulgani (2018) yang melakukan riset mengenai daya saing produk di sektor pertanian Indonesia, menemukan bahwa kinerja ekspor produk pertanian Indonesia secara umum relatif lemah dimana kebanyakan semua komoditas pertanian memiliki daya saing yang rendah, kecuali untuk produk sub-sektor perkebunan seperti karet dan kelapa sawit yang memiliki daya saing tinggi. Produk-produk seperti hortikultura, tanaman pangan dan produk ternak di pasar komoditas internasional memiliki daya saing rendah. Apabila melihat tersebut maka wilayah-wilayah seperti desa, daerah tertinggal dan transmigrasi memerlukan dukungan yang lebih untuk dapat mengembangkan wilayah tersebut menjadi berdaya saing khususnya melalui produk unggulan yang dimiliki dari masing-masing wilayahnya, karena produk-produk pertanian seperti hasil riset diatas merupakan komoditas yang dihasilkan di desa, daerah tertinggal dan transmigrasi.

Berbagai penelitian terkait pengembangan daya saing produk sudah banyak dilakukan diantaranya Nayantakaningtyas, dan Daryanto (2012) meneliti daya saing dan strategi pengembangan sawit di Indonesia, dimana ditemukan bahwa strategi yang harus dilakukan untuk memperkuat daya saing CPO terutama produk turunan CPO adalah dengan melakukan pengembangan sumber daya manusia pelaku industri minyak sawit setiap tahun secara rutin melalui pelatihan dan kegiatan inovasi, melakukan perbaikan kebijakan pemerintah dengan memperhatikan isu nasional dan internasional, pengembangan industri hilir serta peningkatan nilai tambah minyak sawit, dan meningkatkan pola kerjasama melalui promosi dengan produsen di negara lain. Sedangkan hasil penelitian Purnomo, Rudy dan Wisnu (2019) menemukan kekuatan dan kelemahan daya saing pada produk unggulan industri kecil menengah bahan kaca di Malang, dimana yang menjadi kekuatan antara lain kualitas bahan baku sesuai dengan standar, hasil produk kerajinan tangan yang bagus, berorientasi pada pelanggan, rata-rata SDM berketerampilan tinggi, harga jual produk relatif sama dengan pesaing dan jangkauan pemasaran yang luas. Kelemahannya adalah penggunaan teknologi masih sederhana, variasi model masih sedikit, belum mencoba hasil penelitian dan pengembangan usaha, upah tenaga kerja masih dibawah UMR dan tidak pernah melakukan pelatihan tenaga kerja.

Peningkatan daya saing mutlak harus dilakukan pada pasar di dalam maupun di luar negeri (Suharsih & Sriwinarti, 2012). Bagaimanapun kapasitas negara (*state capacity*) menuju ekonomi yang berdaya saing tinggi merupakan sebuah keniscayaan yang tidak dapat diganti (Zaelani, 2019). Daya saing atau 'kemampuan untuk bersaing' memang tidak dapat berkembang dengan sendirinya, namun dalam peningkatan daya saing suatu bangsa pemerintah harus mengambil bagian sesedikit mungkin dalam dinamika sosial namun tetap efektif melindungi kepentingan paling mendasar dari masyarakat luas (Imawan, 2002). Upaya peningkatan daya saing desa, daerah tertinggal dan transmigrasi harus didukung dengan perumusan kebijakan yang efektif dan efisien. Perumusan kebijakan tersebut memerlukan identifikasi dan harus didukung data existing yang terjadi di lapangan. Indikator daya saing di Indonesia masih minim terutama untuk menganalisis hingga tingkat desa dan kelurahan. Hal ini berimbas pada pembuatan rumusan kebijakan untuk tingkat desa/kelurahan yang sulit untuk dilakukan. Berdasarkan hal tersebut, perlu adanya penelitian mengenai bagaimana pengembangan daya saing produk unggulan desa, daerah tertinggal dan transmigrasi.

KERANGKA TEORI

Daya Saing Tingkat Lokal, Regional, Nasional dan Internasional (Global)

Konsep tentang daya saing sangat berhubungan dengan rantai kegiatan perekonomian (Suharman, et.al, 2018; Bustami & Hidayat, 2013). Konsep ini menekankan pada upaya peningkatan *bargaining position* untuk memaksimalkan *goal* suatu kelompok/individu terhadap pencapaian *goal* kelompok/individu lainnya (Suharman, et.al, 2018). Di Indonesia sendiri karena adanya tingkatan struktur pemerintahan antara lain desa, kecamatan, kabupaten, dan provinsi, hal ini menjadikan konsep daya saing terbagi antara lain daya saing pada tingkat lokal, regional, nasional dan internasional (global).

Daya saing di tingkat lokal adalah daya saing pada lingkup wilayah yang lebih sempit seperti lokal desa atau lokal kecamatan. Pada tingkat regional, penyelenggaraan pemerintahan di bidang pembangunan pada dasarnya adalah kunci keberhasilan

pengembangan potensi ekonomi lokal untuk menguatkan daya saing daerah (Husna, Noor, & Rozikin, 2013). Abdullah, Alisjahbana, Effendi, dan Boediono (2002) mendeskripsikan daya saing daerah merupakan kemampuan perekonomian daerah dalam mencapai pertumbuhan tingkat kesejahteraan dan berkelanjutan yang tetap terbuka terhadap persaingan domestik dan internasional. Daya saing daerah diartikan juga sebagai kemampuan untuk meningkatkan kesejahteraan. Konsep daya saing di level nasional identik dengan produktivitas. Produktivitas merupakan nilai output yang dihasilkan tenaga kerja atau modal. Daya saing lekat dengan produktivitas atau nilai output yang diproduksi oleh setiap input yang dipergunakan (Suharman et.al, 2018).

Pada ranah internasional (global), daya saing merupakan kunci bagi perusahaan, negara maupun wilayah untuk dapat berhasil dalam partisipasinya di era globalisasi dan perdagangan bebas dunia. Pemasaran suatu produk memiliki perbedaan di luar negeri dan dalam negeri, pasar luar negeri sangatlah kompetitif. Dalam usaha untuk menciptakan daya saing maka perbaikan mutu produk ekspor perlu ditingkatkan, sehingga dapat menghindari adanya penolakan dari negara tujuan ekspor (Bustami & Hidayat, 2013).

Keberhasilan dalam meningkatkan ekspor mencerminkan peningkatan daya saing dan sekaligus merupakan jalan suatu indikasi dari tumbuhnya dinamika positif dalam kewirausahaan suatu negara sehingga peningkatan ekspor bukan lagi sekedar pilihan melainkan suatu keharusan (Bustami & Hidayat, 2013). Korea Selatan dan Taiwan merupakan salah satu contoh dimana para produsen domestik mampu memenuhi kebutuhan pasar domestik dan ekspor Internasional tanpa tarif. Hal ini dapat dilakukan karena para produsen tersebut menghasilkan produk dengan biaya murah sehingga harga yang ditawarkan kompetitif baik untuk pasar dalam domestik maupun luar negeri. Strategi industrialisasi substitusi impor merupakan sebagai syarat utama bagi negara-negara berkembang sebelum menjalankan industrialisasi promosi ekspor (Suharman et.al, 2018).

Strategi peningkatan daya saing nasional dapat dilakukan melalui strategi *market based approach* dan *resources based approach* (Syafar, 2011). Strategi *market based (MB)* fokus pada kebutuhan pasar dengan melakukan analisis lingkungan industri, sedangkan *resources based approach (RB)* memandang aktivitas ekonomi atau bisnis dari sisi pemanfaatan sumberdaya dan kapabilitasnya dimana lebih menekankan pada kemampuan bersaing melalui inovasi dan kompetensi inti (*core competence*). Pendekatan ini merupakan teori dasar dalam strategi manajemen dan entrepreneurship (Barney, 2001). Pendekatan ini juga digunakan untuk meningkatkan kompetensi UMKM ketingkat internasional (Ruzzier, Antoncic, & Konecnik, 2006). Pendekatan berbasis sumber daya dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dengan memanfaatkan sumber daya yang terlihat (*tangible*) dan tidak terlihat (*intangible*) (Aida, & Rahmawati, 2015). Pemanfaatan pendekatan sumberdaya ini untuk menciptakan produk yang unik dan tidak dapat ditiru oleh pihak lain dalam jangka pendek (Barney, 2001; Mahoney & Pandian, 1992). Sumberdaya yang dikelola ini untuk meningkatkan daya saing.

Menurut Porter (2001), daya saing sangat penting karena (1) mendorong produktivitas dan meningkatkan kemampuan mandiri; (2) dapat meningkatkan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional ekonomi maupun kuantitas pelaku ekonomi sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat; (3) kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih menciptakan efisiensi. Masih menurut Porter (2001), hal-hal yang harus dikuasai atau dimiliki untuk meningkatkan keunggulan kompetitif adalah: (1) Teknologi, misal : teknologi tepat guna, teknologi digital, teknologi tinggi; (2) Tingkat *entrepreneurship* yang tinggi, misal: kreativitas; (3) Proses produksi yang memiliki tingkat

efisiensi/produktivitas yang tinggi; (4) Kualitas serta mutu yang baik dari barang yang dihasilkan; (5) Promosi sebuah produk harus masif; (6) Pelayanan teknis maupun non teknis yang baik (*service after sale*); (6) Tenaga kerja yang mempunyai kompetensi tinggi dalam bidangnya; (7) Menghasilkan produk dengan pertimbangan skala ekonomis; (8) Mampu berinovasi; (9) Differensiasi atas produk yang dihasilkan; (10) Modal yang disertai prasarana dan sarana yang mendukung; (11) Jaringan pemasaran yang baik di pasar domestik maupun internasional; (12) Proses produksi yang dilakukan dengan sistem *Just In Time* (JIT)

Produk Unggulan Desa, Daerah Tertinggal dan Transmigrasi

Indonesia merupakan negara yang terdiri dari wilayah dan kawasan. Pembagian wilayah dan kedaulatan wilayah tertuang dalam Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014 tentang pemerintah daerah dan Undang-Undang Nomor 43 tahun 2008 tentang wilayah negara. Dimana pembagian wilayah Indonesia terbagi dari provinsi, kabupaten/kota, kecamatan dan kelurahan/desa. Kawasan adalah bagian dari wilayah yang difungsikan untuk hal-hal tertentu. Dalam perkembangan kebijakan, dibalik permasalahan belum terjadinya pemerataan dalam pembangunan wilayah di Indonesia terdapat wilayah dan kawasan yang menjadi fokus utama untuk didorong maju. Wilayah dan kawasan ini adalah desa, daerah tertinggal dan transmigrasi.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, mengamanahkan bawa pembangunan yang dilaksanakan memperhatikan potensi dan keanekaragaman daerah baik sosial, budaya, dan lokasi geografis. Oleh karena itu, dalam membangun suatu daerah dapat dimulai dengan mengembangkan potensi unggulannya. Pengembangan potensi unggulan juga harus dilaksanakan lewat pembangunan ekonomi daerah melalui penyelenggaraan pemerintahan daerah dengan tujuan mempercepat terwujudnya daya saing daerah (Husna, Noor, & Rozikin, 2013). Pembangunan daerah perlu memperhatikan potensi daerah, yang dapat dilakukan melalui penelaahan PDRB untuk mengetahui potensi basis dan non basis untuk mengoptimalkan hasil pembangunan sehingga mendukung pencapaian tingkat kesejahteraan yang tinggi. Program pembangunannya harus berangkat dari pengembangan potensi ekonomi unggulannya, apabila suatu pemerintah menginginkan daerahnya dapat berdaya saing (Husna, Noor, & Rozikin, 2013). Potensi ekonomi unggulan dapat dilihat melalui produk unggulan yang dihasilkan dari masing-masing wilayah/daerah tersebut.

Produk Unggulan Desa dan Produk Unggulan Kawasan Perdesaan menurut Permendes PDTT Nomor 16 Tahun 2018 adalah upaya membentuk, memperkuat dan memperluas usaha-usaha ekonomi yang difokuskan terhadap satu produk unggulan di wilayah desa atau di wilayah antar-desa yang dikelola melalui kerjasama antar desa. Secara jelas dinyatakan dalam Undang-Undang Desa Nomor 6 Tahun 2014 bahwa pembangunan wilayah pedesaan dilaksanakan dengan memperhatikan potensi lokal yang dimiliki didukung dengan pengembangan teknologi tepat guna dan inovasi-inovasi yang dilakukan untuk kesejahteraan masyarakat perdesaan. Poin penting dari undang-undang ini yaitu, desa bukan lagi hanya sebagai objek pembangunan saja, melainkan juga sebagai subjek pembangunan. Oleh karena itu, desa membutuhkan kemampuan untuk melaksanakan pembangunannya sendiri melalui asas rekognisi dan subsidiaritas yang diamanatkan. Pembangunan desa seyogyanya berakar lokal serta memperhatikan sumber daya lokal akan tetapi berpandangan keluar dan bercirikan dinamis. Pendekatan pembangunan desa tersebut yang disebut *neo-endogenous* (Gkartzios & Lowe, 2019).

Menurut Permendagri No. 9 Tahun 2014 tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah menyebutkan bahwa Produk Unggulan Daerah (PUD) merupakan produk, baik berupa barang maupun jasa, yang dihasilkan oleh koperasi, usaha skala kecil dan menengah yang potensial untuk dikembangkan dengan memanfaatkan semua potensi sumber daya yang dimiliki oleh daerah baik SDM, SDA, maupun budaya. PUD juga diharapkan dapat mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah daerah dan menjadi kekuatan ekonomi bagi daerah dan masyarakat yang memiliki kekuatan daya saing, daya jual, dan daya dorong sebagai modal memasuki pasar global. Daerah Tertinggal menurut PP Nomor 78 tahun 2014 adalah daerah kabupaten yang wilayahnya serta masyarakatnya kurang berkembang dibandingkan dengan daerah lain dalam skala nasional. Dapat disimpulkan bahwa produk unggulan daerah tertinggal adalah produk unggulan yang dimiliki oleh daerah yang wilayahnya masih kurang berkembang. Definisi dari kawasan transmigrasi menurut UU Nomor 29 tahun 2009 adalah kawasan budidaya yang memiliki fungsi sebagai permukiman dan tempat usaha masyarakat dalam satu sistem pengembangan. Di mana permukiman dan tempat usaha tersebut di kelola oleh para transmigran. Oleh karena itu produk unggulan kawasan transmigrasi dapat dikatakan merupakan produk unggulan daerah yang dihasilkan oleh para transmigran di kawasan transmigrasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis penelitian literatur (*literatur review*) yaitu menggunakan metode kajian literatur berdasarkan pada eksplorasi literatur dan hasil kajian-kajian terdahulu terkait konsep pengembangan daya saing produk unggulan desa, daerah tertinggal dan transmigrasi sebagai sumber utama data. Kajian literatur dilakukan karena pengetahuan akan suatu topik akan terus berkembang karena topik-topik terdahulu dapat dipelajari (Neuman, 2014). Literatur dan hasil kajian terdahulu berupa artikel jurnal penelitian, buku dan peraturan-peraturan. Kajian literatur ini dimulai dari proses identifikasi, evaluasi dan interpretasi dari semua literatur yang didapatkan. Proses identifikasi dilakukan melalui kegiatan mencari, menemukan, mengumpulkan, mencatat informasi dan data dari berbagai literatur terkait diantaranya teori-teori terkait daya saing dan teori mengenai produk unggulan. Pada proses evaluasi untuk menentukan literatur mana saja yang terdapat argument atau hasil yang dapat dijadikan acuan dan pembahasan. Didapatkan 8 literatur berupa buku dan jurnal serta 8 produk hukum baik Undang-Undang maupun peraturan-peraturan yang menjadi acuan utama pada penelitian ini. Selanjutnya dilakukan interpretasi atas hasil evaluasi tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

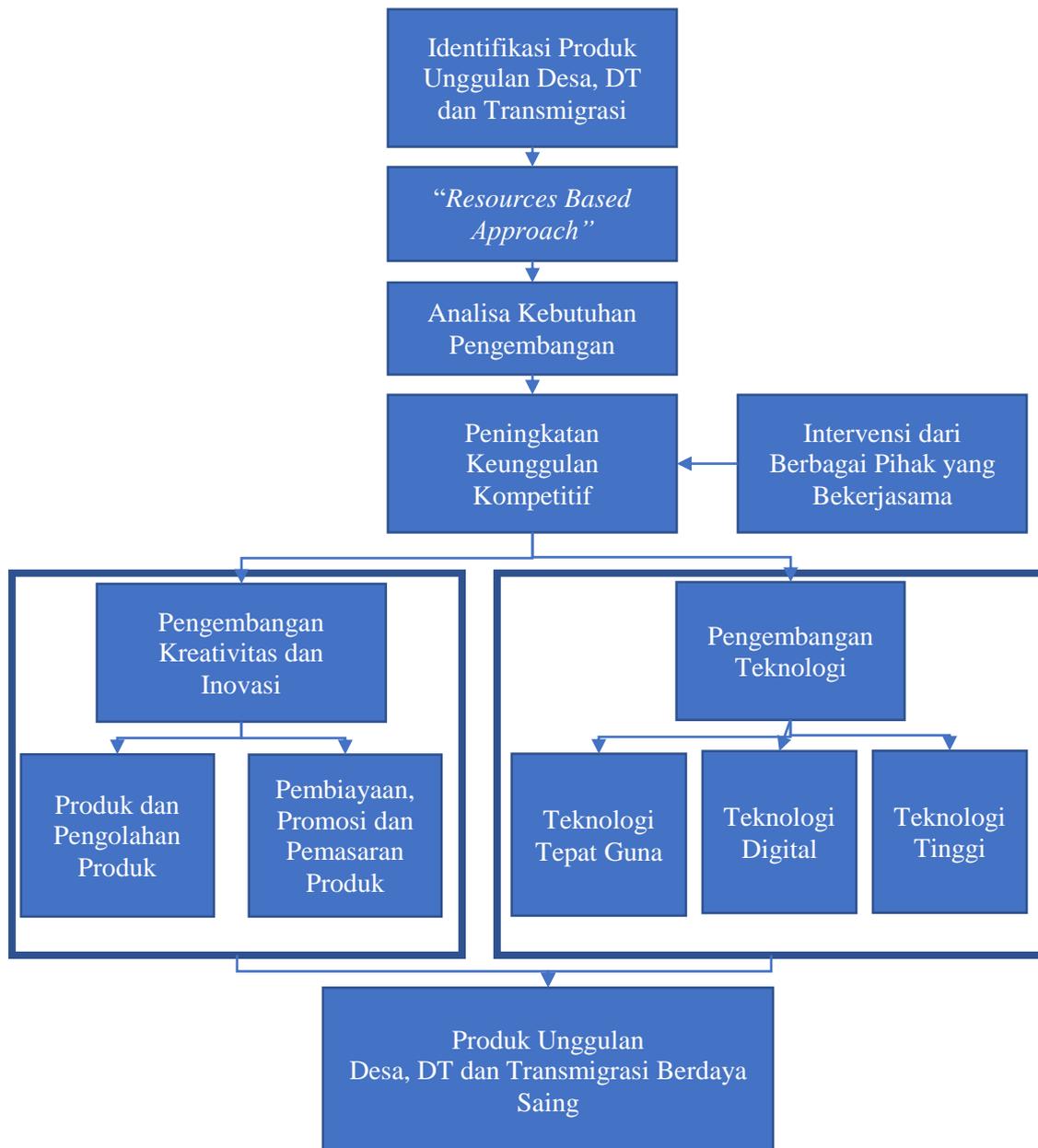
Berdasarkan kajian literatur didapatkan bahwa untuk meningkatkan daya saing Indonesia, perlu fokus pada pengembangan daya saing produk unggulan di wilayah-wilayah yang masih rendah tingkat kemajuannya seperti desa, daerah tertinggal dan transmigrasi. Dimana hal ini mendukung Nawa Cita ketiga yaitu membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan. Menurut Syahza dan Suarman (2013), pendekatan pembangunan pedesaan harus sesuai dengan sifat dan ciri desa tersebut. Artinya pembangunan pedesaan tidak otomatis mengikuti model pembangunan desa lainnya. Pembangunan desa melalui *quadruple strategic* yaitu *Pertama*, memberdayakan ekonomi masyarakat desa. Strategi

ini memerlukan input berupa modal dan bimbingan teknis pemanfaatan teknologi dan pemasaran; *Kedua*, meningkatkan kualitas sumberdaya manusia pedesaan yang bertujuan mempunyai kapasitas untuk meningkatkan dan memperkuat produktivitas serta daya saing; *Ketiga*, pembangunan prasarana di pedesaan. Prasarana sangat penting dalam membuat konektivitas untuk mengatasi ketertinggalan desa; *Keempat*, membangun kelembagaan pedesaan baik yang bersifat formal maupun nonformal. Kelembagaan yang dapat menciptakan pelayanan prima terutama untuk mendukung percepatan ekonomi pedesaan seperti lembaga keuangan.

Pembangunan pedesaan dalam pembangunan jangka panjang ingin mewujudkan misi bangsa yang berdaya saing. Langkah tersebut dilakukan melalui cara modernisasi alat dan peningkatan nilai tambah produk pertanian, kelautan, dan pertambangan. Perwujudan misi tersebut juga harus didukung dengan pelayanan transportasi perintis di daerah perbatasan, terpencil, dan pedesaan, pengembangan jasa infrastruktur dan keuangan pedesaan. Percepatan pembangunan Daerah Tertinggal lebih kepada aspek koordinasi dan integrasi kebijakan, program, dan pelaksanaan sehingga pencapaian kinerja sangat dipengaruhi oleh dukungan program dan anggaran K/L/D/M. Dalam pembangunan di kawasan transmigrasi dengan menyiapkan dan mengembangkan kawasan transmigrasi sampai tercapainya tahap berdaya saing. Kekuatan pembangunan daerah tertinggal dan transmigrasi bertumpu pada desa-desa. Oleh karena itu dengan pendekatan berbasis sumber daya, desa-desa tersebut harus mampu memunculkan produk yang unik agar mampu bersaing. Produk unggulan tersebut diproduksi oleh masyarakat maupun lembaga ekonomi seperti BUMDesa atau UMKM. Adapun skema pengembangan daya saing produk unggulan desa, daerah tertinggal dan transmigrasi selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 1.

Berdasarkan hal tersebut, maka produk unggulan dari desa, daerah tertinggal dan transmigrasi tersebut membutuhkan intervensi yang kuat untuk dapat mencapai daya saing baik ditingkat lokal, regional, nasional bahkan sampai ke internasional (global). Intervensi yang masuk haruslah hasil dari analisis kebutuhan pengembangan untuk dilaksanakan oleh berbagai pihak yang memiliki kemampuan dalam mendukung pengembangan daya saing sehingga semuanya dapat saling bersinergi. Pihak-pihak tersebut dapat menerapkan pendekatan penta helix yaitu melibatkan Akademisi, Bisnis, Komunitas, Pemerintah, dan Media untuk berkolaborasi mendukung pembangunan Desa, Daerah tertinggal dan Kawasan Transmigrasi. Model pembangunan ini telah berhasil dalam meningkatkan potensi desa dan pariwisata desa (Aribowo, Wirapraja & Putra, 2018; Yunas, 2019; Yuningsih, Darmi, & Sulandari, 2019). Faktor-faktor yang menentukan daya saing sangat ditentukan oleh pemerintah walupun tidak secara langsung menentukan peningkatan daya saing global (Suharman et.al, 2018). Menurut World Economic Forum (2015), ada 3 fondasi dasar utama yang membentuk Indeks daya saing yaitu persyaratan dasar, penopang efisiensi, faktor inovasi dan kecanggihan (Suharman et.al, 2018). Intervensi yang dapat dilakukan oleh pemerintah dalam mendorong wilayah-wilayah seperti desa, daerah tertinggal dan transmigrasi untuk dapat bisa berdaya saing produk unggulannya dengan mengacu unsur utama indeks daya saing tersebut.

Setelah mengetahui bagaimana peran dari masing-masing pihak maka perlu diketahui bagaimana kondisi dari masing-masing wilayah tersebut. Karena tidak semua pengembangan yang sama dilakukan di beberapa wilayah. Akan tetapi perbedaan karakteristik dan kemampuan Desa di Indonesia yang mengharuskan Pemerintah memberikan kebijakan, program, dan regulasi yang berbeda berkaitan dengan pembangunan dan pemberdayaan masyarakat desa. Upaya peningkatan kualitas hidup



Gambar 1. Skema Pengembangan Daya Saing Produk Unggulan Desa, Daerah Tertinggal dan Transmigrasi

dan kesejahteraan masyarakat Desa dalam Undang-Undang Desa dilakukan melalui berbagai strategi berdasarkan tipologi desa (Warsono, Purbantara, Antinia & Mujiyanto, 2016). Oleh karena itu, dikembangkan Indeks Desa Membangun (IDM) untuk membuat stratifikasi desa menjadi sangat tertinggal, tertinggal, berkembang, maju, dan mandiri (Kementerian Desa, PDT, dan Transmigrasi, 2016). Stratifikasi ini juga bertujuan untuk memperkuat upaya pencapaian sasaran pembangunan Desa dan penguatan otonomi Desa dan mengambil kebijakan untuk desa. Posisi sebagai subjek pembangunan menuntut desa harus mempunyai kapasitas agar mampu mengelola jalannya pembangunan dan mencapai tujuan pembangunan desa untuk berdaya saing.

Strategi yang dapat digunakan dalam peningkatan daya saing adalah *resources based approach* (Syafar, 2011). Strategi ini melihat aktivitas ekonomi melalui sisi

pemanfaatan sumberdaya dan kapabilitasnya yang lebih menekankan pada kemampuan bersaing melalui inovasi dan kompetensi inti (*core competence*). Dimana pengembangan daya saing yang dilakukan mengacu pada cara meningkatkan keunggulan kompetitif yang diungkapkan oleh Porter (2001) yang di modifikasi. Pada pengembangan daya saing produk unggulan desa, daerah tertinggal dan transmigrasi yang dapat dilakukan antara lain dengan pengembangan kreativitas inovasi dan pengembangan teknologi.

Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan komposisi, produk, atau gagasan apa saja yang pada sadarnya baru dan sebelumnya belum dikenal pembuatnya dan diwujudkan bukan hanya sebatas fantasi seperti produk seni, produk ilmiah, kesusastraan, dan metodologis. Contoh kreativitas yang mendorong peningkatan ekonomi seperti, (a) Bidang Periklanan, ekonomi kreatif yang bergerak dalam bidang periklanan seperti iklan radio, televisi, brosur, spanduk, sosial media, surat elektronik dan lainnya dalam penyampaian atau memasarkan suatu produk maupun jasa tertentu; (b) Bidang Arsitektur, mencakup segala hal yang berkaitan dengan desain atau perancangan di dalam maupun di luar ruangan dan juga mencakup bangunan kecil seperti rumah, ruko, mal hingga perkantoran bahkan termasuk di dalamnya tugu dan bangunan atau struktur ikon suatu kota; (c) Galeri atau Pusat Seni, pada galeri ataupun pusat seni biasanya terdapat beberapa pengrajin khususnya pengrajin tangan atau handicraft seperti tas, dompet, topi, sapu tangan dan barang – barang lainnya yang memiliki hiasan maupun kreativitas di dalamnya; (d) Bidang Kerajinan Tangan atau *Handicraft*. Kerajinan ini dibuat atas kreativitas pengrajin dengan menambahkan hiasan atau ide-ide kreatif di dalamnya yang dikerjakan hampir sepenuhnya tanpa menggunakan mesin; (e) Bidang Kuliner. Kreativitas pada bidang yang satu ini seperti tiada batasannya, hampir dari racikan bumbu, cara penyajian, bentuk dari kemasan hingga memberikan nama yang unik dapat terus berkembang tanpa hentinya; (f) Bidang Perancangan atau Design. Hasil dari kreativitas seorang designer melalui pemikiran dan penerapannya yang memiliki nilai kreativitas dan seni yang cukup tinggi dapat dikelompokkan dalam bidang Perancangan atau *Design*. Di dalamnya mencakup design bidang fashion, design grafis, pembuatan logo hingga merancang konsep dari corak sebuah tas maupun dompet dan sebagainya; (g) Bidang Fashion. Penciptaan suatu rancangan pakaian yang memerlukan kreativitas dalam menentukan draft atau pola dasar namun dalam penerapannya sering kali masih diperlukan adanya sentuhan akhir yang dapat memberikan nilai lebih pada hasil akhir; (h) Bidang Karya Seni Video dan Fotografi. Pembuatan dan pengolahan dari pengambilan gambar baik itu berupa foto maupun video berdurasi pendek dan berdurasi panjang dapat dimasukkan ke dalam bagian dari ekonomi kreatif; (i) Bidang Karya Seni Musik dan Lagu. Sebuah karya cipta lagu dan nada termasuk dari ekonomi kreatif dengan suatu penciptaan karya cipta yang berbeda dari yang sebelumnya atau belum pernah ada; (j) Bidang Seni Pertunjukan. Sebuah pertunjukan yang ditampilkan di pentas seni maupun dalam layar kaca dan media lainnya dapat dikelompokkan ke dalam ekonomi kreatif bidang seni pertunjukan; (k) Bidang Percetakan dan Penerbitan. Sebuah karya yang dihasilkan dalam bentuk suatu buku baik itu berupa fisik maupun media elektronik merupakan suatu bagian dari ekonomi kreatif; (l) Bidang Layanan Komputer dan Piranti Lunak. Dalam penerapannya perkembangan dari aplikasi atau peranti lunak yang dapat mendukung aktivitas sehari-hari memerlukan pemikiran yang tidak terbatas pada fungsi dasar saja. Kebutuhan atas peranti lunak ini berkembang sesuai kebutuhan dan permintaan pasar sehingga tidak dapat ditentukan arah dan batasannya secara pasti; (m)

Bidang Radio dan Pertelevisian. Segala bentuk penyiaran yang ada di dalam program-program acara di televisi maupun radio setiap saat terjadi perubahan dan peningkatan kreativitas dalam penyajiannya; (n) Bidang Riset dan Pengembangan. Setiap hal diperlukan secara riset atau penelitian yang secara berkelanjutan demi perkembangan dan pemenuhan permintaan pasar yang mengarah kepada menariknya minat konsumen.

Inovasi

Inovasi adalah hasil penemuan (invensi) yang pada proses selanjutnya mendorong lahirnya produk baru, perbaikan mutu produk, maupun efisiensi suatu proses produksi (Suharman, et al, 2018). Inovasi dari lembaga penelitian dan pengembangan terbukti mampu mengakselerasi peningkatan daya saing dan kemandirian industri nasional, sehingga daya saing yang diperoleh bersifat stabil dan cenderung meningkat. Negara-negara yang mempunyai sistem dalam mengembangkan inovasi dan teknologi melalui lembaga penelitian mampu membuktikan produk-produknya bersaing. Pendayagunaan teknologi menjadi syarat utama dalam meningkatkan kemampuan inovasi (Suharman et.al, 2018).

Inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktik atau objek yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi dan dapat menciptakan sumberdaya baru yang mempunyai nilai potensi sebagai modal. Menurut Rogers (1983) dan Rosenfeld (2002) (dalam Drucker, 2006) dalam berinovasi ada 3 fokus utama, (a) gagasan baru dengan mengamati fenomena yang terjadi; (b) produk atau jasa hasil langkah lanjutan berupa aktivitas, kajian, penelitian dan percobaan sehingga melahirkan konsep yang lebih konkret, dan; (c) adanya usaha sistematis yang terus menerus untuk melakukan penyempurnaan produk atau jasa sehingga dapat dirasakan manfaatnya (Robbins, 1994). Inovasi dapat berupa, (a) inovasi strategi yaitu inovasi dalam memahami klien. Contoh inovasi adalah produk-produk smartphone yang berinovasi dengan bentuk pada kemampuan kamera, kecepatan proses data. Inovasi pada komputer dengan meningkatkan kemampuan mulai dari procesor (i5, i7, Rayzen) sampai dengan memori; (b) inovasi dalam produk atau layanan misalnya Inovasi dalam pengolahan produk dan kemasan makanan, inovasi dalam pelayanan kepada masyarakat melalui e-pelayanan, dan; (c) inovasi dalam Proses, ini merupakan inovasi dalam proses untuk mencapai pasar yang lebih besar misalnya pengolahan produk dimulai hanya menggunakan tenaga manusia berubah menjadi pengolahan oleh mesin.

Teknologi Tepat Guna

Pada Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2001 tentang Penerapan dan Pengembangan Teknologi Tepat Guna untuk mempercepat pemulihan ekonomi nasional, mempercepat kemajuan desa dan menghadapi persaingan global, dipandang perlu melakukan percepatan pembangunan perdesaan melalui pemberdayaan masyarakat diberbagai bidang yang didukung oleh penerapan dan pengembangan teknologi tepat guna (TTG). Teknologi Tepat Guna juga diartikan sebagai teknologi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat karena dapat menjawab permasalahan, relatif mudah digunakan dan dirawat serta tidak merusak lingkungan. TTG ini memiliki harga relatif terjangkau serta menghasilkan nilai tambah dari aspek ekonomi dan aspek lingkungan (PermendesaPDTT Nomor 23 Tahun 2017). Dalam konteks pembangunan dan pemberdayaan masyarakat, pengembangan teknologi tepat guna ini sangat diperlukan, karena dengan adanya introduksi teknologi tepat guna ini, diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat secara sosial ekonomi dengan mengolah sumber

daya alam yang tersedia secara arif tanpa merusak lingkungan disekitarnya. Dalam mengintroduksi teknologi tepat guna, patut diperhatikan, (a) Teknologi tersebut memang diperlukan oleh kelompok pengguna; (b) Aplikasi teknologi tersebut memberikan daya ungkit dalam pengolahan atau dalam suatu proses; (c) Teknologi tepat guna diharapkan dapat memberikan lompatan pemahaman pengolahan sumber daya alam yang ada.

Penerapan dan pembuatan teknologi tepat guna dapat dilakukan dengan memperhatikan beberapa elemen berikut ini, (a) Ketersediaan sumber daya yang ada; (b) Kemampuan pengguna; (c) Ketersediaan bahan baku lokal; (d) Kemudahan pembuatan dan perawatan; (e) Kemudahan pengoperasian; (f) Biaya pengoperasian dikaitkan dengan kemampuan pengguna; (g) Perbandingan produktivitas bila dibandingkan dengan alat/teknologi yang digantikan; (h) Keberlanjutan teknologi yang diintroduksi; (i) Rekayasa sosial terkait dengan introduksi peralatan. Contoh TTG yang dapat dilakukan di desa (Subiyono, 1989): (a) Kelompok Pengadaan Air. Permasalahan pengadaan air di pedesaan dapat merupakan masalah sekunder atau bahkan dapat merupakan masalah primer. Contohnya dalam menaikkan air dari sumur yang mempunyai kedalaman tertentu secara efektif dan efisien, bagaimana menaikkan air dari sungai untuk keperluan pengairan atau penampungan, bagaimana mencari sumber air, bagaimana cara Teknologi Tepat Guna di Pedesaan untuk menjernihkan seperti di Kawasan Transmigrasi; (b) Kelompok Alternatif energi. Kelompok ini berkaitan dengan pemanfaatan energi alam atau pemanfaatan energi yang berasal dari limbah. Pemecahan masalah ini dengan menawarkan beberapa alternatif jenis teknologi misalnya kincir air, pemanas air tenaga surya, tungku sekam, tungku lawon, dan lain sebagainya; (c) Kelompok Konstruksi. Kelompok konstruksi berkaitan dengan pemanfaatan dan pengembangan bahan-bahan lokal, seperti pembuatan perahu, pembuatan konstruksi tahan gempa, pembuatan tangki air, pembuatan jembatan gantung dari bambu, pembuatan biogas, dan lain sebagainya; (d) Kelompok Argo Proses. Kelompok ini berkaitan dengan pasca panen komoditas unggulan di desa. Pemecahan berorientasi pada masalahnya, dan kemudian menyodorkan beberapa alternatif seperti alat pengering gabah, alat pengering tapioka, pembuatan kecap, pembuatan minyak kelapa, pembuatan tempe, pembuatan emping mlinjo, dan lain sebagainya; (e) Kelompok Pelestarian Lingkungan. Lingkungan hidup adalah segala sesuatu yang ada di sekeliling kita, baik benda mati maupun makhluk hidup baik berupa alam, manusia maupun hasil buatan manusia; (f) Kelompok Kebutuhan Rumah Tangga. Kelompok Kebutuhan Rumah Tangga Kelompok ini adalah kelompok yang berkaitan dengan kebutuhul rumah tangga sehari-hari, seperti cara penampungan air limbah, pembuatan jamban keluarga, cara memasak yang efektif, cara mengawetkan atau menyimpan makanan, dan lain sebagainya; (g) Kelompok Produksi dan Peningkatan Pendapatan. Kelompok ini berkaitan dengan pendayagunaan tenaga lokal, pemanfaatan bahan-bahan lokal, sarana dan prasarana lokal untuk kepentingan baik individl maupun kelompok dalam rangka peningkatan pendapatan seperti pembuatan alat-alat rumah tangga, kerajinan tangan, pemanfaatan sabut kelapa untuk diproduksi menjadi tali, keset atau sapu, pembuatan asbes, pembuatan batu batako, pembuatan genteng dan lain sebagainya; (h) Kelompok Informasi Teknologi. Dalam rangka teknologi masuk desa perlu didahului informasi-informasi yang mencakup pemanfaatan, daya guna, dan peningkatan kapasitas SDM. Dalam hal ini Pusdaing dengan program *Smart Village*.

Sasaran utama Teknologi Tepat Guna di Kementerian Desa, PDT, dan Transmigrasi adalah TTG tersebut dapat digunakan untuk mengungkit daya saing baik itu Desa, Daerah tertinggal, dan Kawasan Transmigrasi. BUMDesa dan BUMDesa Bersama

dapat menjadi obyek penerapan TTG yang dapat mengungkit daya saing BUMDesa dan BUMDesa Bersama. Misalnya dapat pengolahan produk unggulan dan pemasaran produknya berbasis teknologi digital.

Teknologi Digital

Teknologi digital adalah suatu alat yang tidak lagi menggunakan tenaga manusia secara manual, tetapi lebih pada sistem pengoperasian otomatis dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca oleh komputer. Teknologi digital mempunyai kelebihan (a) Data yang dikirimkan dari lokasi yang jauh lebih cepat sampai tidak akan banyak kendala cuaca; (b) Sistem komunikasi yang digunakan ada berbagai bentuk sehingga lebih memudahkan dan praktik; (c) Biaya perawatan lebih rendah karena lebih praktis dan stabil. Adapun kekurangan teknologi digital adalah sebagai berikut, (a) Dimungkinkan kesalahan pada saat mengubah sinyal analog ke digital (digitalisasi); (b) Tetap dimungkinkan pencurian data oleh pihak-pihak yang mempunyai kemampuan programing; (c) Menurunkan empati dan sosial karena penggunaanya mempunyai ketergantungan yang berlebihan akan teknologi digital.

Pemanfaatan teknologi digital dapat dilakukan di desa, akan tetapi desa-desa di Indonesia masih banyak kesenjangan dengan penduduk perkotaan. Kesenjangan pembangunan antara kota dan desa tidak dapat dilepaskan dari dampak sebaran demografi dan kapasitas ekonomi yang tidak seimbang serta kesenjangan ketersediaan infrastruktur yang memadai, termasuk kesenjangan (Nasution, 2016). Sumber kesenjangan yang berbasis digital itu antara lain (Hadiyat, 2014; Rahardjo, 2003), (a) Kesulitan akses (infrastruktur, telekomunikasi, perangkat); (b) Kekurangan skill (SDM, masyarakat); (c) Kekurangan isi/materi (*content*); (c) Kurangnya insentif dari pemerintah. Penggunaan teknologi digital tidak hanya untuk pemerintah Desa yang berupa tata kelola pelayanan yang berbasis internet seperti e-pelayanan. Akan tetapi lebih jauh adanya teknologi digital mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa melalui ekonomi desa, pendidikan, kesehatan, peningkatan kreativitas dan inovasi, dan untuk media pemberdayaan masyarakat.

Pada Kementerian Pertanian telah ada berbagai aplikasi untuk kemudahan petani seperti Sistem Monitoring Pertanaman Padi (Simotandi) yang menggunakan citra satelit beresolusi tinggi untuk dapat membaca *standing crop* tanaman padi, aplikasi Kalender Tanam (Katam) berfungsi untuk mengetahui waktu tanam, rekomendasi pupuk dan penggunaan varietas. Kemudian aplikasi Si Mantap yang dimanfaatkan PT. Jasindo dalam rangka mem-backup asuransi pertanian dan membantu pihak asuransi dalam mendeteksi risiko kekeringan dan banjir, bahkan organisme pengganggu tumbuhan.

Sebanyak 5.300 desa Jabar direncanakan menjadi desa digital untuk mendorong pertumbuhan ekonomi agrikultur. Teknologi digital bertujuan untuk mengatasi hambatan atau masalah pemasaran, meningkatkan produktivitas budidaya ikan dengan frekuensi panen 3 atau 4x pertahun menjadi 6x pertahun, mengatasi masalah budidaya cq pemberian makan ikan secara digital, dan modernisasi proses paska panen melalui aplikasi *e-Fishery* berbasis hp ber-smartphone peternak/petani. Telkomsel memberikan bantuan pembangunan Kampung Perikanan Digital di Indramayu berbasis NB-IoT (*Narrowband Internet of Things*) untuk mewujudkan Digital Inovation Village di Indonesia.

Teknologi Tinggi

Menurut KBBI, teknologi yang dianggap bertaraf tinggi dan belum ada teknologi yang menandingi kelebihanannya. Salah satu pilihan pengembangan Teknologi Tinggi adalah industri teknologi tinggi berupa industri piranti lunak. Industri piranti lunak akan dijadikan industri pendorong bagi industri piranti lunak sebagai motor berbagai aplikasi teknologi tinggi seperti teknologi itu berbasis internet (*internet of things*), selain itu super komputer (*artificial intelligence*), kendaraan tanpa pengemudi (*human-machine interface*), teknologi robotik (*smart robotic*), serta teknologi 3D printing (Aida, 2019).

Adapun yang diadopsi untuk pengembangan Teknologi Tinggi telah dilakukan oleh Kementerian Pertanian dengan konsep *Smart Farming* atau *Precision Agriculture*. Penggunaan *smart farming* dilakukan untuk dapat mendukung proses usaha tani menjadi lebih efektif dan efisien dalam segi waktu dan biaya yang nantinya dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing hasil produk tani. Selain itu, Kementan melakukan pengembangan *cloud computing*, *mobile internet*, dan *artificial intelligence* yang rencananya dilakukan penggabungan menjadi teknologi alat mesin pertanian yang lebih modern, misalnya berupa traktor yang mampu beroperasi tanpa operator, pesawat drone untuk deteksi unsur hara, dan robot *grafting*. Contoh keberhasilan pengembangan teknologi mekanisasi pertanian yang telah dibuat oleh Badan Litbang Pertanian yaitu sebuah traktor yang diberi nama Autonomous Tractor. Traktor ini dapat mengolah tanah menggunakan sistem navigasi real time kinematika (RTK) yang memiliki kemampuan mengolah lahan sesuai perencanaan dengan akurasi 5-25 cm.

SIMPULAN DAN SARAN

Pengembangan daya saing produk unggulan desa, daerah tertinggal dan transmigrasi dapat dilakukan melalui "*resources based approach*" yang kemudian dilakukan peningkatan keunggulan kompetitif yang dilakukan oleh berbagai pihak yang bekerjasama dalam mendukung pengembangan yang dilakukan diantaranya pengembangan kreativitas inovasi dan pengembangan teknologi. Pengembangan kreativitas dan inovasi mengarah pada produk dan pengolahan produk, pembiayaan, promosi dan pemasaran produk. Pengembangan teknologi mengarah pada pengembangan teknologi tepat guna, teknologi digital, dan teknologi tinggi. Saran dari hasil penelitian ini adalah perlu adanya inisiatif dari berbagai pihak untuk dapat memberikan intervensi dan dukungan terhadap pengembangan produk unggulan di desa, daerah tertinggal dan transmigrasi sesuai dengan kemampuan dan bidang yang dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P., Alisjahbana, A., Effendi, N., & Boediono. (2002). *Daya saing daerah: Konsep dan pengukurannya di Indonesia*. Yogyakarta: BPFE.
- Aida, R. N., & Rahmawati, E. (2015). Pengaruh modal intelektual dan pengungkapannya terhadap nilai perusahaan: Efek intervening kinerja perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 16(2), 96-109.
- Aida, A.N. (2019). Tantangan revolusi industri 4.0 di sektor pertanian. *Buletin APBN*, IV(8), 3-7.
- Ariboowo, H., Wirapraja, A., & Putra, Y. D. (2018). Implementasi kolaborasi model pentahelix dalam rangka mengembangkan potensi pariwisata di Jawa Timur

- serta meningkatkan perekonomian domestik. *Jurnal Mebis (Manajemen Dan Bisnis)*, 3(1), 31–38. doi.org/10.33005/mebis.v3i1.21
- Barney, J.B. (2001). Is the resource-based “view” a useful perspective for strategic management research? yes. *Academy of Management Review*, 26(1), 41 – 56.
- Bustami, B.R. & Hidayat, P. (2013). Analisis daya saing produk ekspor provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1(2), 56-71.
- Drucker, P. F. (2006). *Innovation and entrepreneurship*. New York: Harper and Row.
- Gkartzios, M. & Lowe. P. (2019). *Revisiting neo-endogenous rural development*, in: *Scott, M., Gallent, N. and Gkartzios, M. (eds) the routledge companion to rural planning*. New York: The Routledge.
- Hadiyat, Y. D. (2014). Kesenjangan digital di Indonesia (Studi kasus di Kabupaten Wakatobi). *Pekommas*, 17(2), 81–90.
- Husna, N., Noor, I. & Rozikin, M. (2013). Analisis pengembangan potensi ekonomi lokal untuk menguatkan daya saing daerah di Kabupaten Gresik. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(1), 188-196.
- Imawan, R. (2002). Peningkatan daya saing: Pendekatan paradigmatis-politis. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(1), 79-104.
- Kementerian Desa, PDT, dan Transmigrasi. (2016). Indeks desa membangun. Kementerian Desa, PDT, dan Transmigrasi, Jakarta.
- Kementerian Desa, PDT, dan Transmigrasi. (2020). Indeks desa membangun. Kementerian Desa, PDT, dan Transmigrasi, Jakarta.
- Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2001 tentang Penerapan dan Pengembangan Teknologi Tepat Guna.
- Mahoney, J.T & Pandian, J.R. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Strategic Management Journal*, 13(5), 363 – 380.
- Nalurita, S., Asmarantaka, R.W. & Jahroh, S. (2014). Analisis daya saing dan strategi pengembangan agribisnis Kopi Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 2(1), 63-74.
- Nasution, R. D. (2016). Pengaruh kesenjangan digital terhadap pembangunan pedesaan (rural development). *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 20(1), 31–44.
- Nyantakaningtyas, J. S. & Daryanto, H.K. (2012). Daya saing dan strategi pengembangan minyak sawit di Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 9(3), 194-201.
- Neuman, W. (2014). *Social research methods: Pearson new international edition: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Edinburg: Pearson.
- Parmadi, Emilia & Zulgani. (2018). Daya saing produk unggulan sektor pertanian Indonesia dalam hubungannya dengan pertumbuhan ekonomi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 13(2), 77-86.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 9 Tahun 2014 tentang Pedoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah.
- Peraturan Menteri Desa, PDT, dan Transmigrasi Nomor 16 Tahun 2018 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2019.
- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2017 tentang Pengembangan dan Penerapan Teknologi Tepat Guna dalam Pengelolaan Sumber Daya Alam Desa.
- Peraturan Pemerintah Nomor 78 tahun 2014 tentang Percepatan Pembangunan Daerah Tertinggal.

- Porter, M.E. (2001). *Competitive advantage*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Purnomo., Setiawan, R. & Wisnu, F.S. (2019). Analisis strategi dan pengembangan produk unggulan pada industri kecil menengah bahan kaca di Malang. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 7(2), 134-139.
- Raharjo, B. (2003). Menjembatani kesenjangan digital di Indonesia: Briding the digital divide. *Presented at Habibie Center, 14 January 2003*.
- Robbins, S. (1994). Teori organisasi: Struktur, desain dan aplikasi. Jakarta: Arcan.
- Ruzzier, M., Antoncic, B., & Konecnik, M. (2006). The resource-based approach to the internationalisation of SMEs: Differences in resource bundles between internationalised and non-internationalised companies. *Zagreb International Review of Economics & Business*, 9(2), 95-116.
- Schwab, K., & Zahidi, S. (2020). The global competitiveness report: How countries are performing on the road to recovery. In *World Economic Forum*. Retrieved from www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2020.pdf
- Subiyono. (1989). Teknologi tepat guna di pedesaan. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 1(1), 37-50. doi.org/10.21831/cp.v1i1.7732.
- Suharman, Nugroho, M., Muq'asha, M.W. & Murti, H.W. (2018). Inovasi, teknologi dan peningkatan daya saing industri. *Prosiding Seminar Nasional 1 Hasil Litbangyasa Industri*, 1(1), 137-148.
- Suharsih, S. & Sriwinarti, A. (2012). Daya saing produk ekspor di era perdagangan bebas. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 13(1), 1-11.
- Syafar, A.W. (2011). Globalisasi: Membangun daya saing ekonomi. *Jurnal PERSEPSI*, 2(15), 55-67.
- Syahza, A. & Suarman. (2013). Strategi pengembangan daerah tertinggal dalam upaya percepatan pembangunan ekonomi pedesaan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 14(1), 126-139.
- Undang-Undang No. 6 Tahun 2014 Tentang Desa.
- Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2009 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 15 Tahun 1997 tentang Ketransmigrasian.
- Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah.
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.
- Undang-Undang Nomor 43 tahun 2008 tentang Wilayah Negara.
- Warsono, H., Purbantara, A., Antinia, C. & Mujiyanto. (2016). *Tipologi perkembangan desa* (First; B. Sugeng, ed.). Jakarta: Sulaksana Watinsa Indonesia.
- World Economic Forum. (2015). *The Global Competitiveness Report 2015-2016*. Geneva: World Economic Forum.
- Yunas, N. S. (2019). Implementasi konsep penta helix dalam pengembangan potensi desa melalui model lumbung ekonomi desa di Provinsi Jawa Timur. *Matra Pembaruan*, 3(1), 37-46. doi.org/10.21787/mp.3.1.2019.37-46.
- Yuningsih, T., Darmi, T., & Sulandari, S. (2019). Model pentahelik dalam pengembangan pariwisata di kota Semarang. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 3(2), 84-93. doi.org/10.26740/jpsi.v3n2.p84-93.
- Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan daya saing UMKM Indonesia: Tantangan dan peluang pengembangan IPTEK. *Jurnal Transborders*, 3(1), 15-34.