

BAB IX RENCANA PENGEMBANGAN

9.1 Force Field Analysis

Force Field Analysis merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi kendala dalam mencapai suatu tujuan dalam perubahan dan mengidentifikasi berbagai sebab yang mungkin serta pemecahan dari suatu masalah (Hariyati, 2014). *Force Field analysis* berfungsi untuk mempelajari situasi yang memerlukan perubahan yang didasarkan pada ide bahwa terdapat dua kekuatan yang saling berhadapan dalam sebuah usaha perubahan. Kekuatan pertama merupakan faktor pendukung perubahan sedangkan kekuatan kedua yakni faktor penghambat terjadinya suatu perubahan. Analisis ini dapat memberikan alternative yang bisa dilakukan yaitu memperkuat kekuatan pendukung dan menetralkan kekuatan yang menghambat perubahan.

Berikut merupakan tahapan dalam pelaksanaan *Force Field Analysis*:

1. Identifikasi faktor pendorong serta penghambat

Faktor pendorong dan penghambat bersumber dari internal dan eksternal organisasi. Faktor pendorong merupakan perpaduan antara kekuatan dan peluang, sedangkan faktor penghambat merupakan perpaduan antara kelemahan dan ancaman. Proses perumusan faktor pendorong dan faktor penghambat diawali dengan wawancara dengan informan kunci dan survey daerah penelitian.

Tabel 9. 1 Perumusan Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat

Kode	Faktor Pendorong (D)	Kode	Faktor Penghambat (H)
D-1	Hasil produksi sektor industry telah mampu menembus pasar internasional	H-1	Belum seluruh industry melakukan pemasaran produksi berbasis teknologi informasi
D-2	Bahan baku yang digunakan oleh IKM telah melalui proses quality control	H-2	Beberapa industry unggulan belum memiliki kedai atau gerai pemasaran
D-3	IKM di Kabupaten Bandung Barat memiliki kelembagaan yang menghimpun, yaitu Forum IKM.	H-3	Pendataan IKM dan bantuan yang dilakukan oleh Disperindag belum merata pada seluruh IKM yang ada di Kabupaten Bandung Barat



Kode	Faktor Pendorong (D)	Kode	Faktor Penghambat (H)
D-4	Disperindag kerap memberikan pelatihan, seminar, dan penyuluhan kepada pelaku IKM untuk meningkatkan daya saing	H-4	Kebutuhan IKM untuk memperbarui alat yang digunakan untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi belum terpenuhi
D-5	Permintaan pasar yang tinggi akan hasil produksi	H-5	Beberapa bahan baku berkualitas yang dibutuhkan oleh industry harus dipenuhi dari luar Kabupaten Bandung Barat sehingga ada biayanya pengiriman bahan baku.
D-6	Adanya system hubungan saling membantu yang erat antar pelaku IKM yang tergabung dalam forum IKM		
D-7	Sektor industry pengolahan merupakan sektor basis yang memiliki daya saing tinggi.		

2. Penentuan Dampak Relatif dan Tingkat Kemudahan dalam Memecahkan Kekuatan Penghambat

Tabel 9. 2 Dampak Relatif dan Tingkat Kemudahan Faktor Pendorong

Kode	Variabel Pendorong (D)	Nilai Urgensi (NU)	Bobot Faktor (BF)	Nilai Dukung (ND)	NBD
D-1	Hasil produksi sektor industry telah mampu menembus pasar internasional	3	10,3	5	51,72
D-2	Bahan baku yang digunakan oleh IKM telah melalui proses quality control	4	13,8	5	68,97
D-3	IKM di Kabupaten Bandung Barat memiliki kelembagaan yang menghimpun, yaitu Forum IKM.	5	17,2	3	51,72
D-4	Disperindag kerap	4	13,8	5	68,97



Kode	Variabel Pendorong (D)	Nilai Urgensi (NU)	Bobot Faktor (BF)	Nilai Dukung (ND)	NBD
	memberikan pelatihan, seminar, dan penyuluhan kepada pelaku IKM untuk meningkatkan daya saing				
D-5	Permintaan pasar yang tinggi akan hasil produksi	5	17,2	4	68,97
D-6	Adanya system hubungan saling membantu yang erat antar pelaku IKM yang tergabung dalam forum IKM	5	17,2	3	51,72
D-7	Sektor industry pengolahan merupakan sektor basis yang memiliki daya saing tinggi.	3	10,3	4	41,38
	Total	29	100,0	29	403,45

Tabel 9. 3 Dampak Relatif dan Tingkat Kemudahan Faktor Penghambat

Kode	Variabel Penghambat (H)	Nilai Urgensi (NU)	Bobot Faktor (BF)	Nilai Dukung (ND)	NBD
H-1	Belum seluruh industry melakukan pemasaran produksi berbasis teknologi informasi	5	25	5	125,00
H-2	Beberapa industry unggulan belum memiliki kedai atau gerai pemasaran	4	20	4	80,00
H-3	Pendataan IKM dan bantuan yang dilakukan oleh Disperindag belum merata pada seluruh IKM yang ada di Kabupaten Bandung Barat	2	10	3	30,00
H-4	Kebutuhan IKM	5	25	5	125,00



Kode	Variabel Penghambat (H)	Nilai Urgensi (NU)	Bobot Faktor (BF)	Nilai Dukung (ND)	NBD
	untuk memperbarui alat yang digunakan untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi belum terpenuhi				
H-5	Beberapa bahan baku berkualitas yang dibutuhkan oleh industry harus dipenuhi dari luar Kabupaten Bandung Barat sehingga ada biaya pengiriman bahan baku.	4	20	4	80,00
	Total	20	100	21	440,00

3. Perkiraan kekuatan relative pendorong dan penghambat

Langkah ini dimaksudkan untuk menguji dan mencari keterkaitan antar kekuatan. Keterkaitan tersebut menentukan besar tingkat keterkaitan kekuatan pendorong dan penghambat dalam menimbulkan masalah pada suatu program. Pada matriks keterkaitan akan diketahui keterkaitan sebagai berikut:

- 1) Antara kekuatan pendorong dengan pendorong;
- 2) Kekuatan pendorong dengan penghambat; dan
- 3) Kekuatan penghambat dengan penghambat.

Untuk menentukan kekuatan keterkaitan ditentukan dengan cara menentukan titik temu antar kekuatan. Berikut skala nilai keterkaitan:

- 1) Angka 5 menyatakan besar sekali keterkaitannya;
- 2) Angka 3 menyatakan besar keterkaitannya;
- 3) Angka 1 menyatakan kecil keterkaitannya; dan
- 4) Angka 0 menyatakan tidak ada keterkaitannya.

Untuk menentukan besar keterkaitan antar kekuatan, jumlah secara vertical untuk D dan secara horizontal untuk H.



Tabel 9. 4 Perkiraan Kekuatan Relatif

No	Faktor Pendorong dan Penghambat	BF	NBD	TINGKAT KETERKAITAN FAKTOR											TNK	NRK (Rata-Rata)	NBK	TNB		
				D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	H1	H2	H3	H4					H5	
D-1.	Hasil produksi sektor industry telah mampu menembus pasar internasional	10,3	51,72		5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	50	4,55	515	26636
D-2.	Bahan baku yang digunakan oleh IKM telah melalui proses quality control	13,8	68,97	5		3	5	1	3	5	5	0	1	5	0	28	2,55	386,4	26650	
D-3.	IKM di Kabupaten Bandung Barat memiliki kelembagaan yang menghimpun, yaitu Forum IKM.	17,2	51,72	5	3		5	5	5	5	3	5	5	3	3	42	3,82	722,4	37363	
D-4.	Disperindag kerap memberikan	13,8	68,97	4	5	5		5	3	5	3	5	5	3	1	40	3,64	552	38071	



No	Faktor Pendorong dan Penghambat	BF	NBD	TINGKAT KETERKAITAN FAKTOR											TNK	NRK (Rata-Rata)	NBK	TNB		
				D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	H1	H2	H3	H4					H5	
	pelatihan, seminar, dan penyuluhan kepada pelaku IKM untuk meningkatkan daya saing						5													
D-5.	Permintaan pasar yang tinggi akan hasil produksi	17,2	68,97	5	1	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	42	3,82	722,4	49824	
D-6.	Adanya system hubungan saling membantu yang erat antar pelaku IKM yang tergabung dalam forum IKM	17,2	51,72	5	3	5	3	5		1	1	5	5	1	0	29	2,64	498,8	25798	
D-7.	Sektor industry pengolahan merupakan sektor basis yang memiliki daya	10,3	41,38	5	5	5	5	5	1			5	5	5	5	3	44	4,00	453,2	18753



No	Faktor Pendorong dan Penghambat	BF	NBD	TINGKAT KETERKAITAN FAKTOR											TNK	NRK (Rata-Rata)	NBK	TNB	
				D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	H1	H2	H3	H4					H5
H-1.	saing tinggi. Belum seluruh industry melakukan pemasaran produksi berbasis teknologi informasi	25	125,00	5	5	3	3	5	1	5	5	5	5	0	5	37	3,36	925	115625
H-2.	Beberapa industry unggulan belum memiliki kedai atau gerai pemasaran	20	80,00	5	0	5	5	5	5	5	5	5	0	0	35	3,18	700	56000	
H-3.	Pendataan IKM dan bantuan yang dilakukan oleh Disperindag belum merata pada seluruh IKM yang ada di Kabupaten Bandung	10	30,00	3	1	5	5	3	5	5	5	5	3	3	40	3,64	400	12000	



No	Faktor Pendorong dan Penghambat	BF	NBD	TINGKAT KETERKAITAN FAKTOR											TNK	NRK (Rata-Rata)	NBK	TNB	
				D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	H1	H2	H3	H4					H5
	Barat																		
H-4.	Kebutuhan IKM untuk memperbarui alat yang digunakan untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi belum terpenuhi	25	125,00	5	5	3	3	5	1	5	0	0	3	5		30	2,73	750	93750
H-5.	Beberapa bahan baku berkualitas yang dibutuhkan oleh industry harus dipenuhi dari luar Kabupaten Bandung Barat sehingga ada biayanya pengiriman bahan baku.	20	80,00	3	0	3	1	3	0	3	5	0	3	5		23	2,09	460	36800



Berdasarkan hasil perhitungan keterkaitan faktor pendorong dan faktor penghambat, didapatkan nilai terbesar yakni pada Belum seluruh industry melakukan pemasaran produksi berbasis teknologi informasi dengan nilai bobot 11.5625. Sedangkan nilai bobot pada faktor pendorong tertinggi terdapat pada Permintaan pasar yang tinggi akan hasil produksi.

4. Faktor Kunci Keberhasilan (FKK) dan Diagram Medan Kekuatan

- a. Cara menentukan FKK adalah sebagai berikut
 - a) Dipilih berdasarkan TNB yang terbesar
 - b) Jika TNB sama maka dipilih BF terbesar
 - c) Jika BF sama, maka dipilih NBD terbesar
 - d) Jika NBK sama, maka dipilih berdasarkan pengalaman rasionalitas

Tabel 9. 5 Faktor Kunci Keberhasilan

Kode	Faktor Pendorong (D)	TNB	Kode	Faktor Penghambat (H)	TNB
D-1	Hasil produksi sektor industry telah mampu menembus pasar internasional	26636	H-1	Belum seluruh industry melakukan pemasaran produksi berbasis teknologi informasi	115625
D-2	Bahan baku yang digunakan oleh IKM telah melalui proses quality control	26650	H-2	Beberapa industry unggulan belum memiliki kedai atau gerai pemasaran	56000
D-3	IKM di Kabupaten Bandung Barat memiliki kelembagaan yang menghimpun, yaitu Forum IKM.	37363	H-3	Pendataan IKM dan bantuan yang dilakukan oleh Disperindag belum merata pada seluruh IKM yang ada di Kabupaten Bandung Barat	12000
D-4	Disperindag kerap memberikan pelatihan, seminar, dan penyuluhan kepada pelaku IKM untuk meningkatkan daya saing	38071	H-4	Kebutuhan IKM untuk memperbarui alat yang digunakan untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi belum terpenuhi	93750
D-5	Permintaan pasar yang tinggi akan hasil produksi	49824	H-5	Beberapa bahan baku berkualitas yang dibutuhkan oleh industry harus dipenuhi dari luar Kabupaten Bandung Barat sehingga ada biayanya pengiriman bahan baku.	36800
D-6	Adanya system hubungan saling membantu yang erat antar pelaku IKM yang tergabung dalam forum IKM	25798			
D-7	Sektor industry pengolahan merupakan sektor basis yang memiliki daya saing tinggi.	18753			



9.2 Visi dan Misi

9.2.1 Visi

Visi adalah tujuan pencapaian perencanaan industri kecil dan menengah Kabupaten Bandung Barat. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan pemilihan *value proposition* ditentukan visi untuk rencana strategis industri kecil dan menengah Kabupaten Bandung Barat adalah “Mewujudkan Industri Kecil dan Menengah Kabupaten Bandung Barat yang Berdaya Saing dengan Optimalisasi Potensi Daerah”. Penjabaran dari visi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Berdaya Saing

Berdaya saing pada sektor industri Kabupaten Bandung Barat berarti produk sektor industri memiliki kualitas dan kuantitas yang tinggi sehingga dapat bersaing di pasar nasional maupun internasional. Kualitas yang baik diharapkan dapat memenuhi standar pasar nasional dan pasar internasional. Secara kuantitas, sektor industri diharapkan dapat selalu memproduksi hasil olahan secara kontinu.

2. Optimalisasi Potensi Daerah

Optimalisasi potensi daerah pada sektor industri Kabupaten Bandung Barat berarti dalam prosesnya, sektor industri memanfaatkan sumber daya yang telah disediakan oleh daerah dengan sebaik mungkin. Sumber daya tersebut dapat berupa sumber daya manusia maupun sumber daya alam. Dengan pemanfaatan potensi daerah, diharapkan dapat memunculkan ciri khas daerah, menghemat biaya produksi, menciptakan integrasi antar sektor, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

9.2.2 Misi

Visi yang telah ditetapkan akan diwujudkan melalui beberapa misi. Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan dalam upayanya untuk mencapai visi. Misi sektor industri Kabupaten Bandung Barat adalah sebagai berikut.

1. Mengoptimalkan inovasi dan penggunaan teknologi industri;
2. Meningkatkan pemanfaatan sumber daya local dalam kegiatan industri; dan
3. Meningkatkan pemasaran hasil produksi.



9.3 Strategi dan Program Pengembangan

Tabel 9. 6 Strategi Pengembangan Industri Kecil Menengah Kabupaten Bandung Barat

Misi	Strategi	Program
Mengoptimalkan inovasi dan penggunaan teknologi industri	Peningkatan pemanfaatan bahan baku, tenaga kerja, dan teknologi serta berinovasi untuk mendongkrak pertumbuhan ekonomi.	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan kerjasama dengan lembaga pendidikan • Penyediaan sarana produksi produk kecantikan berbahan baku kopi
Meningkatkan pemanfaatan sumber daya local dalam kegiatan industri	Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui seminar atau pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Pengadaan pelatihan atau workshop terkait penggunaan teknologi • Pengadaan pelatihan atau workshop terkait strategi branding dan pemasaran • Melakukan kerjasama dengan konsultan desain grafis
Meningkatkan pemasaran hasil produksi	<p>Memanfaatkan keterhubungan dengan sektor pariwisata Kabupaten Bandung Barat</p> <p>Fasilitasi kegiatan promosi aktif oleh pemerintah atau swasta</p> <p>Pemanfaatan teknologi informasi sebagai media pemasaran</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan kerjasama dengan pengelola objek wisata untuk pemasaran produk • Penjaringan kemitraan dengan outlet oleh-oleh di luar Kabupaten Bandung • Peningkatan sarana pemasaran berbasis <i>online system</i>

Sumber: Hasil Rencana, 2019



9.4 Critical Success Factor (CSF)

Critical Success Factor adalah istilah untuk suatu elemen yang diperlukan untuk suatu organisasi atau proyek untuk mencapai misinya. *Critical Success Factor* adalah factor kritis atau aktivitas yang diperlukan untuk menjamin keberhasilan sebuah perusahaan atau organisasi. *Critical Success Factor (CSF)* adalah faktor penentu keberhasilan sehingga perlu diketahui agar perusahaan dapat mengambil langkah yang tepat dan menjamin kerja yang kompetitif.

Tabel 9. 7 Critical Success Factor

No	Strategi	Program	Indikator
1	Peningkatan pemanfaatan bahan baku, tenaga kerja, dan teknologi serta berinovasi untuk mendongkrak pertumbuhan ekonomi.	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan kerjasama dengan lembaga pendidikan Penyediaan sarana produksi produk kecantikan berbahan baku kopi 	<ul style="list-style-type: none"> Pelaku usaha industri pengolahan kopi telah dapat mengolah dan memasarkan produk inovasi secara mandiri hasil penelitian secara massal pada tahun 2023 Produk kecantikan berbahan dasar kopi dapat diproduksi di dalam KBB dengan pabrik dan alat milik sendiri
2	Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui seminar atau pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> Pengadaan pelatihan atau workshop terkait penggunaan teknologi Pengadaan pelatihan atau workshop terkait strategi branding dan pemasaran Melakukan kerjasama dengan konsultan desain grafis 	<ul style="list-style-type: none"> Pada tahun 2022, 80% buruh dan pemilik industri kopi di Kabupaten Bandung Barat mampu menggunakan teknologi pembuatan sabun, <i>lipbalm</i>, <i>eyecream</i>, dan masker. Pemasaran hasil industri sudah menggunakan teknologi informasi Peningkatan jangkauan pemasaran hasil produksi hasil Industri Pengrajin dan pemilik usaha industry kopi di Kabupaten Bandung Barat telah melakukan kerjasama dengan pihak jasa desain grafis Pengrajin dan pemilik usaha industry kopi di Kabupaten Bandung Barat mampu menciptakan desain logo, kemasan produk, dan iklan yang menarik akibat mengikuti edukasi dari jasa desain grafis
3	Memanfaatkan keterhubungan dengan sektor pariwisata Kabupaten Bandung Barat	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan kerjasama dengan pengelola objek wisata untuk pemasaran produk 	<ul style="list-style-type: none"> Hasil olahan kopi berupa barang kecantikan dapat dipasarkan di obyek wisata di KBB
	Fasilitasi kegiatan promosi aktif oleh pemerintah atau swasta	<ul style="list-style-type: none"> Penjaringan kemitraan dengan outlet oleh-oleh di luar Kabupaten Bandung 	<ul style="list-style-type: none"> Hasil olahan kopi berupa barang kecantikan dapat dipasarkan di outlet oleh-oleh di luar KBB
	Pemanfaatan teknologi informasi sebagai media pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan sarana pemasaran berbasis <i>online system</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Hasil olahan kopi dapat dipasarkan secara online melalui website dan marketplace



BAB X RENCANA AKSI

10.1 Rencana Pengembangan

10.1.1 Rencana Pengembangan Industri Pengolahan Kopi

A. Rencana Subsistem Industri Pengolahan Kopi

Pada kondisi eksisting, bahan baku biji kopi telah didapatkan dari dalam Kabupaten Bandung Barat. Pada rencana untuk tahun 2019-2023, diperlukan adanya peningkatan bahan baku secara kuantitas untuk memenuhi kebutuhan produksi kopi yang akan diperluas pemasarannya. Jika pada tahun 2019 bahan baku perhari yang digunakan adalah 1 ton biji kopi, maka apabila perluasan jaringan pemasaran dilakukan maka bahan baku perlu ditingkatkan hingga 5 kali lipat pada akhir tahun 2023. Untuk menunjang peningkatan kapasitas produksi, diperlukan pula adanya penambahan jumlah alat yang digunakan agar proses produksi dapat berjalan dengan cepat dan efisien. Peningkatan kapasitas produksi juga didukung dengan pelatihan penggunaan alat serta pelatihan pemasaran dengan system online. Pelatihan yang dilakukan merupakan bantuan dari dinas perindustrian dan perdagangan. Industri kopi dikembangkan untuk berinovasi menghasilkan kopi rendah kafein. Sehingga membutuhkan penambahan bahan baku dengan berbagai larutan untuk mengurangi kadar kafein dalam biji kopi.

B. Rencana Linkage System Industri Pengolahan Kopi

Pada kondisi eksisting, industry biji kopi hanya memiliki keterkaitan dengan sector agropolitan sebagai penyedia bahan baku. Dengan adanya Rencana Strategis tahun 2019-2023, industry biji kopi direncanakan untuk memiliki keterkaitan pada sector pariwisata pula. Konsekuensi dari adanya keterkaitan dengan sector pariwisata ini adalah adanya biaya tambahan untuk mengirimkan pasokan hasil olahan biji kopi menuju lokasi wisata yang lokasinya jauh dari lokasi produksi. Selain dipasarkan di lokasi wisata, hasil pengolahan biji kopi juga dipasarkan melalui system kemitraan dengan outlet oleh-oleh di luar Kabupaten Bandung Barat.

Peningkatan kapasitas produksi ini juga membutuhkan adanya bantuan dari pihak pemerintah dalam rangka mempersiapkan sumber daya pekerja industry. Pihak pemerintah melalui dinas tidak memberikan bantuan kepada pelaku industry berupa uang, sehingga



bantuan akan diberikan dalam bentuk pelatihan penggunaan teknologi serta strategi pemasaran. Sesuai dengan value proportion yang dipilih, mengharuskan sector industry melakukan inovasi hasil produksi dengan melalui riset dan penelitian. Dengan adanya kebutuhan riset dan penelitian, maka pihak pemerintah dalam hal ini disperindag perlu menggandeng lembaga pendidikan atau penelitian untuk mengembangkan hasil produksi biji kopi. Secara umum, dalam 5 tahun kedepan sector industry akan menjalin banyak kerjasama dengan berbagai pihak untuk mengembangkan industry biji kopi.

10.2 Program Pengembangan

Program pengembangan disusun berdasarkan strategi yang merupakan turunan dari visi dan misi. Untuk mewujudkan program pengembangan yang telah ditentukan, maka disusunlah rencana aksi dari setiap program. Rencana aksi memiliki target tertentu untuk menjadi pedoman dalam pelaksanaannya. Berikut merupakan program dan rencana aksi dari Rencana Strategis Sektor Industri Kabupaten Bandung Barat.

10.2.1 Melakukan Kerjasama dengan Lembaga Pendidikan

Program kerjasama dengan lembaga pendidikan memiliki tujuan untuk mengoptimalkan inovasi dan penggunaan teknologi industri dalam pengolahan bahan baku industri serta diharapkan dapat memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan perekonomian Kabupaten Bandung Barat. Program kerjasama dengan lembaga pendidikan ini dilaksanakan selama waktu berlakunya Rencana Strategis ini yaitu tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 adapun rencana aksi yang akan dilakukan berdasarkan program terkait adalah sebagai berikut.

1. Melakukan penelitian produk kecantikan berbahan baku kopi dengan institusi pendidikan

Pelaksanaan kerjasama dengan institusi pendidikan untuk pengembangan hasil produksi kopi memiliki tujuan umum untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi industri dalam pelaksanaan produksi hasil olahan bahan baku, pelaku usaha yang saat ini hanya mengolah bahan baku kopi mentah menjadi olahan hanya berupa bubuk kopi, belum secara optimal menggunakan teknologi produksi yang ada saat ini untuk meningkatkan daya saing penjualan kopi Gununghalu yang telah memiliki *branding* yang kuat di pasar. *Branding* yang telah kuat ini seharusnya dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan segmen produk olahan di pasar menjadi beberapa produk inovasi olahan kopi seperti sabun, *lip-balm*, *eye-cream* dan masker, sehingga dapat



berdampak pada meningkatnya nilai jual, daya saing dan meningkatnya pertumbuhan ekonomi daerah.



Tabel 10. 1 Indikasi Proyek Melakukan Penelitian Produk Kecantikan Berbahan Baku Kopi dengan Institusi Pendidikan

Rencana aksi	Pelaksana program	Kondisi saat ini	2019	2020	2021	2022	2023	Sumber Dana	Keterangan
Melakukan penelitian produk kecantikan berbahan baku kopi dengan institusi pendidikan	Disperindag Kabupaten Bandung Barat, Pemilik Industri Kopi di Kabupaten Bandung Barat dan Institusi pendidikan terkait	Pelaku usaha industri kopi belum dapat mengolah bahan baku kopi menjadi produk inovasi lainnya selain kopi bubuk dengan <i>brandung</i> Gununghalu	Melakukan pencarian terhadap <i>partner</i> kerjasama yaitu Institusi pendidikan dengan bidang terkait untuk melakukan <i>R&D</i> produk inovasi	Pelaksanaan penelitian antara pelaku usaha dengan institusi pendidikan untuk melakukan riset terhadap produk inovasi	Pelaksanaan penelitian antara pelaku usaha dengan institusi pendidikan untuk melakukan pengembangan terhadap pengolahan produk inovasi	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan produksi terhadap produk inovasi secara terbatas untuk riset terhadap <i>demand</i> pasar Pelaku usaha telah mampu untuk memproduksi secara mandiri produk inovasi 	Pelaku usaha telah mampu memproduksi dan memasarkan produk inovasi secara massal	<ul style="list-style-type: none"> Dinas Perindustrian dan Perdagangan untuk pengadaan alat Pelaku usaha industri kopi Gununghalu 	Pelaksanaan penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi industri pengolahan terhadap bahan baku kopi sehingga dapat meningkatkan nilai jual kopi Gununghalu dan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Bandung Barat

Sumber : Hasil Rencana, 2019

Tabel 10. 2 Implikasi Proyek Penelitian Produk Kecantikan Berbahan Baku Kopi Dengan Institusi Pendidikan

Rencana Aksi	Output	Outcome	Impact
Melakukan penelitian produk kecantikan berbahan baku kopi dengan institusi pendidikan	Pelaku usaha telah mampu memproduksi dan memasarkan produk inovasi secara massal	Pelaku usaha dapat menghasilkan produk inovasi lainnya dengan <i>R&D</i> secara mandiri dan dapat meningkatkan	Pelaku usaha industri kopi Gununghalu dapat menjadi contoh bagi pelaku usaha industri serupa dalam pengembangan



nilai jual kopi, menguatkan *branding*
kopi Gununghalu serta meningkatkan
pertumbuhan ekonomi KBB

hasil olahan kopi

Sumber : Hasil Rencana, 2019



10.2.2 Penyediaan Sarana Produksi Produk Kecantikan Berbahan Baku Kopi

Program penyediaan sarana produksi produk kecantikan berbahan baku kopi ini dilaksanakan guna menunjang visi sektor industri Kabupaten Bandung yang pertama, yaitu mengoptimalkan inovasi dan penggunaan teknologi industri. Proyek ini didasarkan karena industri kopi hanya mengolah kopi menjadi bubuk kopi secara sederhana dan tidak mempunyai produk inovasi lainnya. Hal ini mengakibatkan hasil pendapatan dari penjualan tidak dapat dimaksimalkan. Maka, proyek ini dimaksudkan agar industri kopi dapat berinovasi dan mengembangkan produknya guna mendorong pertumbuhan ekonominya. Oleh karena itu disusun rencana aksi sebagai berikut:

1. Pengadaan pabrik industri kecantikan berbahan dasar kopi beserta alat produksi

Pabrik adalah suatu bangunan industri besar di mana para pekerja mengolah benda atau mengawasi pemrosesan mesin dari satu produk menjadi produk lain, sehingga mendapatkan nilai tambah. Sehingga proyek pembangunan pabrik kopi dan pengadaan alat ini dimaksudkan agar industri kopi dapat dengan maksimal dalam memproduksi kopinya dengan menambahkan inovasi-inovasi lain dan menjadi produk baru guna menambah pendapatannya.

Alat yang dibutuhkan dalam pabrik ini antara lain adalah

- a. Produk sabun
 - Vacuum Emulsifying Mixer: digunakan untuk proses pencampuran minyak nabati dengan kaustik soda cair, serta bahan lainnya, menggunakan bahan yang tahan terhadap alkali atau tahan pH tinggi
 - Mold/Cetakan : digunakan untuk mencetak bentuk sabun
 - Extruder sabun : digunakan untuk mengeluarkan sabun dari cetakan
 - Pemotong Sabun : digunakan untuk memotong sabun yang sudah dikeluarkan dari cetakan
 - Mesin Stamping : digunakan untuk membentuk sabun agar sesuai dengan bentuk yang diinginkan
- b. Produk eye cream
 - Cosmetic Cream Mixing Machine: untuk mencampur semua bahan yang ada seperti kopi, coconut oil dan bahan-bahan lainnya



c. Produk masker

- Vacuum Emulsifying Mixer: untuk mencampur semua bahan yang ada seperti kopi, dan bahan-bahan lainnya
- Mesin ekstrak larutan menjadi serbuk : digunakan untuk menjadikan larutan masker menjadi serbuk agar mudah digunakan

d. Produk lip balm

- Mixer: digunakan untuk mencampur semua bahan yang ada seperti perisa kopi, coconut oil dan bahan lainnya.
- Lipstick Filling Machine : digunakan untuk mencetak lartan lipbalm yang sudah terbentuk.



Tabel 10. 3 Indikasi Proyek Pengadaan Pabrik Industri Kecantikan Berbahan Dasar Kopi Beserta Alat Produksi

Rencana Aksi	Pelaksana Program	Kondisi Saat ini	Indikator					Sumber Dana	Keterangan
			2020	2021	2022	2023	2024		
Pengadaan pabrik industri kecantikan berbahan dasar kopi beserta alat produksi	Pelaku IKM, Disperindag dan Investor	Belum adanya pabrik dan alat yang memadai untuk pemrosesan produk kopi	<ul style="list-style-type: none"> Januari – maret : Survei lokasi untuk tempat pembangunan pabrik baru serat Mei : pembangunan Pabrik Kopi di Gununghalu dimulai 	<ul style="list-style-type: none"> Target pembangunan selesai 100% 	<ul style="list-style-type: none"> Januari–Maret: Pengadaan alat pembuatan sabun kopi April – juni: pengadaan alat pembuatan lipbalm Agustus: Pelatihan Penggunaan alat Oktober: mulai pemasaran produk Desember: target pendapatan naik sebesar 10% 	<ul style="list-style-type: none"> Januari–Maret: Pengadaan alat pembuatan eye cream April – juni: pengadaan alat pembuatan masker Agustus: Pelatihan Penggunaan alat Oktober: mulai pemasaran produk Desember: target pendapatan naik sebesar 20% 	<ul style="list-style-type: none"> Target pendapatan naik sebesar 50% 	APBD dan Investor	<p>Keberhasilan kegiatan pengadaan alat produksi bergantung pada:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kesanggupan investor dalam memberikan bantuan modal berupa alat atau teknologi produksi - Kemampuan APBD dalam membiayai modal berupa alat atau teknologi produksi - Kemampuan pelaku IKM dalam menerima dan menggunakan alat atau teknologi produksi



10.2.3 Pengadaan Pelatihan Atau *Workshop* Terkait Penggunaan Teknologi

Program dalam meningkatkan kualitas sumberdaya manusia melalui seminar atau pelatihan guna meningkatkan pemanfaatan sumber daya lokal dalam kegiatan industri adalah dengan pengadaan pelatihan atau *workshop* terkait penggunaan teknologi. Rencana aksi yang dilakukan dalam rangka menjalankan program pengadaan pelatihan atau *workshop* terkait penggunaan teknologi adalah sebagai berikut.

1. Melakukan pelatihan terkait penggunaan teknologi pembuatan sabun, *lipbalm*, *eyecream*, dan masker kepada tenaga kerja dan pemilik usaha industri kopi

Pengadaan pelatihan ini merupakan kerja sama antara forum IKM Kabupaten Bandung Barat dengan pemilik industri kopi di Kabupaten Bandung Barat. Pengadaan pelatihan ini bertujuan agar tenaga kerja dan pemilik usaha industri di Kabupaten Bandung Barat mampu menggunakan teknologi pembuatan sabun, *lipbalm*, *eyecream*, dan masker.

- a. Pembuatan Sabun

pembuatan sabun membutuhkan alat-alat yaitu timbangan/neraca, reactor, vacuum emulsifying mixer, extruder sabun, mesin stamping, gelas transparan, mixer, spatula dan cetakan sabun. Bahan baku pembuatan sabun yaitu larutan NaOH, minyak kelapa, minyak jarak, minyak sawit, alcohol, larutan gula, pewarna makanan, pengharum, pengatur Ph, indicator Ph, dan kopi.



Gambar 9.1 Alur Pembuatan Sabun

b. Pembuatan *lipbalm*

Pembuatan menggunakan *lipstick filling machine* dengan kapasitas 15 liter dan mixer. Dalam pembuatan lipbalm ini ditambahkan campuran perisa kopi, guna memberikan aroma dan rasa kopi.



Gambar 9.2 *Lipstick Filling Machine*

c. Pembuatan *Eyecream*

Kopi juga bisa menjadi *eyecream* untuk merawat kulit area mata. Pembuatan *eyecream* yaitu dengan mencampurkan bubuk kopi menjadi gel dengan mencampurkannya dengan minyak vitamin E. Pembuatan *eyecream* menggunakan alat *cosmetic cream mixing machine*.

d. Pembuatan Masker

Manfaat kopi memang sangat beragam, bukan hanya untuk tubuh bagian dalam saja, melainkan untuk wajah juga. Kopi bisa membuat wajah menjadi lebih cerah, jadi bagi anda yang memiliki wajah kusam, tidak ada salahnya jika anda mulai menggunakan masker kopi. Kandungan flavonoid dan antioksidan yang ada di dalamnya membuat kopi bisa menghaluskan wajah secara alami, menutup pori-pori yang besar dan sebagainya. Tentu saja hal ini disukai banyak wanita untuk dijadikan masker kecantikan. Pembuatan kopi menggunakan alat vacuum emulsifying mixer dan mesin ekstrak larutan menjadi serbuk.



Tabel 10. 4 Indikasi Proyek Melakukan Pelatihan Terkait Penggunaan Teknologi Kepada Tenaga Kerja dan Pemilik Usaha Industri Kopi

Rencana aksi	Pelaksana program	Kondisi saat ini	2020	Juni 2021	Agustus 2022	September 2022	Agustus 2023	September 2023	2024	Sumber Dana	Keterangan
Melakukan pelatihan terkait penggunaan teknologi pembuatan sabun, <i>lipbalm</i> , <i>eyecream</i> , dan masker kepada tenaga kerja dan pemilik usaha industri kopi	Forum IKM Kabupaten Bandung Barat dengan Pemilik Industri Kopi di Kabupaten Bandung Barat	Tenaga kerja dan pemilik usaha industri kopi di Kabupaten Bandung Barat belum mampu menggunakan teknologi pembuatan kosmetik	Pengadaan alat kosmetik	<ul style="list-style-type: none"> Pengadaan dana untuk melakukan pelatihan Pengadaan bahan pembuatan kosmetik 	Pelatihan I (pelatihan pembuatan sabun)	Pelatihan II (pelatihan pembuatan lipbalm)	Pelatihan III (pelatihan pembuatan eyecream)	Pelatihan III (pelatihan pembuatan masker)	-	<ul style="list-style-type: none"> Dinas Perindustrian dan Perdagangan untuk pengadaan alat Forum IKM dan pemilik industri untuk pengadaan pelatihan 	Pengadaan pelatihan ini bertujuan agar tenaga kerja dan pemilik usaha industri kopi di Kabupaten Bandung Barat mampu memproduksi sabun, <i>lipbalm</i> , <i>eyecream</i> , dan masker secara mandiri sehingga meningkatkan pemanfaatan sumber daya lokal dalam kegiatan industri.

Sumber : Hasil Rencana, 2019

Tabel 10. 5 Implikasi Proyek Pelatihan Penggunaan Teknologi

Rencana Aksi	Output	Outcome	Impact
Melakukan pelatihan terkait penggunaan teknologi pembuatan sabun, <i>lipbalm</i> , <i>eyecream</i> , dan masker kepada tenaga kerja dan pemilik usaha industri kopi	Terlaksananya pelatihan terkait penggunaan teknologi pembuatan sabun, <i>lipbalm</i> , <i>eyecream</i> , dan masker kepada tenaga kerja dan pemilik usaha industri kopi	Tenaga kerja dan pemilik usaha industri kopi mampu memproduksi sabun, <i>lipbalm</i> , <i>eyecream</i> , dan masker secara mandiri sehingga meningkatkan pemanfaatan sumber daya lokal dalam	Industri kopi Kabupaten Bandung Barat dapat menjadi panutan industri kopi lainnya untuk melakukan pelatihan sebagai peningkatan pemanfaatan sumber daya lokal dalam kegiatan





10.2.4 Pengadaan Pelatihan atau Workshop Terkait Strategi Branding dan Pemasaran

Program ini diadakan untuk mewujudkan visi sector perindustrian KBB yang pertama yaitu mewujudkan industry kecil dan menengah yang berdaya saing. Berdaya saing disini adalah industry kecil dan menengah dapat bersaing di pasar internasional maupun pasar nasional. Agar dapat bersaing di pasar nasional dan internasional tidak hanya meningkatkan kualitas produk melainkan juga harus melalui strategi pemasaran yang baik. Maka dari itu program pengadaan pelatihan atau workshop terkait strategi branding dan pemasaran juga membantu mewujudkan misi sector industry KBB yaitu misi yang ke empat meningkatkan pemasaran hasil produksi.

Program tersebut di ciptakan sebagai salah satu upaya pemerintah dalam membantu pelaku industry kecil dan menengah Kabupaten Bandung barat untuk mengembangkan hasil produksinya. Program ini juga diciptakan untuk membantu meningkatkan daya saing para pelaku industry kecil dan menengah di pasar internasional. Oleh karena itu perlu disusun rencana aksi seperti berikut:

1. Pelatihan strategi pemasaran hasil produksi menggunakan website

Kegiatan ini dilakukan untuk mempersiapkan pelaku industry kecil dan menengah kabupaten Bandung Barat untuk menghadapi era Industri 4.0 yang mengedepankan penggunaan teknologi. Selain itu, kegiatan ini dipilih untuk mempermudah hasil produksi IKM Kabupaten Bandung barat untuk bersaing di pasar internasional.

2. Pelatihan penerapan strategi branding bagi pelaku IKM

Kegiatan ini ditujukan untuk para pengurus forum IKM yang ada di Kabupaten Bandung Barat. Kegiatan ini dilakukan agar para pelaku IKM akan di fasilitasi oleh pengurus IKM untuk menciptakan sebuah brand atau merk sebagai citra dari produk IKM Kabupaten Bandung Barat untuk meningkatkan pemasaran hasil produksi para pelaku IKM.



Tabel 10. 6 Pelatihan Strategi Pemasaran Hasil Produksi Menggunakan Website

Rencana Aksi	Pelaksana Program	Kondisi Saat Ini	2020	2021	2022	2023	2024	Sumber Dana	Keterangan
Pelatihan strategi pemasaran hasil produksi menggunakan website	Dinas Perindustrian Kabupaten Bandung Barat	Para Pelaku IKM Kabupaten Bandung Barat masih kurang dalam memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana pemasaran hasil produksi.	<ul style="list-style-type: none"> Januari - Juni : pengajuan proposal kegiatan sekaligus pengadaaan dana Agustus – September : Pemberian informasi kepada pelaku industri terkait program yang akan dilaksanakan November : Pelaksanaan kegiatan pelatihan Pemasaran hasil produksi menggunakan website I 	<ul style="list-style-type: none"> Sosialisasi Website pemasaran Hasil IKM KBB pada pengurus IKM Pelaksanaan kegiatan Pelatihan pemasaran hasil produksi menggunakan website tahap II 	<ul style="list-style-type: none"> Pelaksanaan pemasaran menggunakan website Monitoring dan evaluasi hasil pelatihan 	-	-	<ul style="list-style-type: none"> APBD Kabupaten Bandung Barat Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung Barat 	Pelatihan strategi pemasaran menggunakan website ini ditujukan untuk pengurus forum IKM Kabupaten Bandung Barat agar pemasaran hasil produksi IKM kabupaten Bandung barat dapat terkoordinir dengan baik melalui satu manajerial.



Tabel 10. 7 Implikasi Proyek Pelatihan Strategi Pemasaran Hasil Produksi Menggunakan Website

Rencana Aksi	Output	Outcomes	Impact
Pelatihan strategi pemasaran hasil produksi menggunakan website	Peserta pelatihan dapat mengerti strategi pemasaran yang baik berbasis teknologi informasi menggunakan website.	Pemasaran produk hasil industri semakin meningkat.	Kesejahteraan pelaku IKM semakin meningkat. nilai ekonomi hasil produksi IKM Kabupaten Bandung Barat semakin meningkat.



Tabel 10. 8 Indikasi Program proyek Pelatihan penerapan strategi branding bagi pelaku IKM

Rencana Aksi	Pelaksana Program	Kondisi Saat Ini	2020	2021	2022	2023	2024	Sumber Dana	Keterangan
Pelatihan penerapan strategi branding bagi pelaku IKM	Dinas Perindustrian Kabupaten Bandung Barat	Untuk saat ini para pelaku IKM masih belum memiliki branding yang memuat citra dari Kabupaten Bandung barat. Selain itu persaingan di pasar Internasional maupun nasional semakin tinggi.	<ul style="list-style-type: none"> • Januari-Juni: pengadaan dana untuk proyek pelatihan ini • Agustus : Pemberian informasi kepada pelaku industri kopi di Kabupaten Bandung Barat mengenai pelatihan • Oktober: Pelatihan strategi Branding tahap I (target hadir 80% dari pengurus IKM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoring dan Evaluasi terhadap forum IKM dalam menjalankan strategi Branding 	-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> • APBD Kabupaten Bandung Barat • Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung Barat • UMKM Kabupaten Bandung Barat 	Para pelaku IKM Kabupaten Bandung Barat perlu mengetahui strategi branding untuk menunjukkan ciri khas dari Kabupaten Bandung barat dan branding masing – masing produk dapat terintegrasi satu sama lain dengan mempertahankan citra Kabupaten Bandung Barat



Tabel 10. 9 Implikasi Program Proyek Pelatihan penerapan strategi branding bagi pelaku IKM

Rencana Aksi	Output	Outcomes	Impact
Pelatihan penerapan strategi branding bagi pelaku IKM	Pengurus Forum IKM dapat melakukan strategi branding untuk memasarkan hasil produksi IKM Kabupaten Bandung Barat.	Hasil Produksi IKM Bandung barat memiliki brand yang saling terhubung yang menggambarkan cirikhas KBB	Peningkatan pemasaran hasil produksi IKM Kabupaten Bandung Barat



10.2.5 Melakukan Kerjasama dengan Konsultan Desain Grafis

Industri kopi Gunung Halu memiliki produk kopi yang baik. Namun, untuk meningkatkan nilai jualnya, perlu adanya produk yang inovatif, salah satunya produk kosmetik. Sebelum produk kosmetik ini dijual ke pasaran, pemilik industry kopi harus menciptakan desain logo, desain kemasan produk, dan desain iklan yang menarik. Sehingga, produk yang dimiliki memiliki desain kemasan yang masih biasa dan tidak menarik. Tidak semuanya dapat dilakukan sendiri oleh pemilik industry. Keterbatasan pemilik ini menyebabkan perlu adanya kerjasama antara pemilik industry dengan konsultan desain grafis.

Program kelima dalam meningkatkan kualitas sumber daya lokal melalui seminar atau pelatihan guna meningkatkan pemanfaatan sumber daya lokal dalam kegiatan industry adalah dengan melakukan kerjasama dengan konsultan desain grafis. Rencana aksi yang dilakukan dalam rangka menjalankan program kerjasama dengan konsultan desain grafis antara lain:

1. Mengadakan Kerjasama antara Forum IKM dengan Desain Kemasan Produk dan Desain Iklan

Kerjasama ini merupakan suatu kerjasama terkait pembuatan desain logo, desain kemasan produk, dan desain iklan kepada pengrajin dan pemilik usaha. Program bekerja sama dengan konsultan desain grafis sebagai penyokong dalam pemasaran produk lahan industry kecil menengah ini. Kerjasama ini dilakukan selama 5 tahun dengan melakukan penyegaran desain yang berbeda disetiap tahunnya. Dengan adanya kerjasama ini diharapkan adanya peningkatan nilai jual produk olahan kopi.

2. Edukasi kepada Forum IKM olahan industry kopi

Pelatihan ini tidak dilakukan setiap bulan, melainkan dalam setahun sekali. Pelatihan ini bermaksud untuk memberikan keterampilan dasar kepada pelaku usaha agar dapat mandiri jika ingin memasarkan produknya.



Tabel 10. 10 Indikasi Proyek Pengadaan Kerjasama antara Pemilik Usaha dengan Desain Kemasan Produk dan Desain Iklan

Rencana Aksi	Pelaksana Program	Kondisi Saat Ini	2020	2021	2022	2023	2024	Sumber Dana	Keterangan
Mengadakan Kerjasama antara Pemilik Usaha dengan Desain Kemasan Produk dan Desain Iklan	Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan forum IKM	Industri olahan kopi menjadi produk kosmetik adalah industry baru di Bandung Barat sehingga perlu adanya bantuan terkait desain kemasan, logo, dan pengiklanan.	Melakukan brief terkait dengan pelaku usaha indsutri olahan kopi menjadi kosmetik terait produk. Melakukan <i>launching</i> produk	Penyegaran desain kemasan dan desain iklan	Penyegaran desain kemasan dan desain iklan	Penyegaran desain kemasan dan desain iklan	Penyegaran desain kemasan dan desain iklan	Be Kraf Investor CSR	Kerjasama dilakukan dengan pelaku usaha indsutir produk olahan kopi menjadi kosmetik dengan bantuan dan sepengetahuan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung Barat.
Edukasi kepada Forum IKM olahan industry kopi	Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan forum IKM	Pelaku industry belum bias dalam membuat desain kemasan, logo, dan pengiklanan	Pelatihan teknis dasar dalam pembuatan logo	Pelatihan teknis dasar dalam pembuatan desain produk	Pelatihan dalam pengiklanan hasil produk	-	-	Be Kraf Investor CSR	

Tabel 10. 11 Implikasi Proyek Pengadaan Kerjasama antara Pemilik Usaha dengan Desain Kemasan Produk dan Desain Iklan

Rencana Aksi	Output	Outcome	Impact
Mengadakan Kerjasama antara Pemilik Usaha dengan Desain Kemasan Produk dan Desain Iklan	Adanya logo, iklan, desain kemasan produk hasil olahan industry kopi menjadi produk kosmetik	Adanya kerjasama ini, dapat memberikan keuntungan antara pelaku indsutri kopi (kosmetik) dengan jasa desainer.	Adanya kerjasama ini dapat berdampak dengan nilai jual produk olahan menjadi lebih tinggi dan dapat meningkatkan daya beli konsumen.



Edukasi kepada pelaku usaha olahan industry kopi

Pelaku usaha dapat membuat logo, desain kemasan produk, dan desain iklan

Adanya pelatihan ini dapat memberdayakan pelaku usaha untuk mandiri

Pelaku usaha dapat melakukan secara mandiri dalam proses logo, desain kemasan, desain produk.



10.2.6 Melakukan Kerjasama dengan Pengelola Objek Wisata untuk Pemasaran Produk

Kabupaten Bandung Barat, memiliki banyak obyek wisata khususnya di Kecamatan Lembang. Hal tersebut dikarenakan Kecamatan Lembang terletak di dataran tinggi sehingga memiliki udara yang relatif lebih sejuk dibandingkan di Kota Bandung dan DKI Jakarta. Pembangunan infrastruktur yang begitu cepat, serta perhatian pemerintah pada sektor pariwisata dan pendukungnya juga memiliki andil dalam tingginya angka wisatawan di Kabupaten Bandung Barat. Sektor Industri, khususnya industri kecil dan menengah yang memiliki keterbatasan dalam hal permodalan dapat memanfaatkan potensi obyek wisata sebagai lokasi pemasaran. Beberapa obyek wisata memiliki sudut khusus untuk beristirahat, makan, serta kios oleh-oleh. Perlu adanya peran atau bantuan dari pihak pemerintah untuk membantu proses kerjasama antara industry pengolahan biji kopi agar dapat mempromosikan hasil produksinya di lokasi wisata.

Hasil olahan biji kopi menjadi produk kecantikan dapat menjadi pemasok untuk kios oleh-oleh di dalam obyek wisata. Karena selama ini hasil olahan kopi hanya dipasarkan secara direct selling, sehingga pembeli hanya dapat menghubungi pemilik industri saja. Dengan menjadi pemasok kios oleh-oleh, diharapkan dapat mengenalkan kopi dari Kabupaten Bandung Barat kepada masyarakat umum.

Dari program ini, terdapat dua rencana aksi yang dapat dilakukan. Rencana aksi tersebut adalah:

1. Memasok gerai oleh-oleh di dalam lokasi obyek wisata dengan hasil olahan kopi IKM KBB

Rencana aksi ini dipilih agar hasil produksi dapat langsung ditemui oleh wisatawan dan memudahkan wisatawan dalam membeli oleh-oleh. Obyek wisata yang dipilih telah mempertimbangkan kondisi dan situasi serta bentuk lokasi pemasaran. Maka, dipilihlah 6 obyek wisata yang dinilai cocok untuk melakukan kerjasama dalam rangka pemasaran hasil produksi. Obyek wisata yang dapat dijadikan sasaran adalah De Ranch, Farm House Susu Lembang, Lembah Sukawana, Maribaya Resort, Curug Pelangi, dan Floating Market.



Tabel 10. 12 Indikasi Program Rencana Aksi Memasok Gerai Oleh-oleh di Dalam Lokasi Obyek Wisata

Rencana Aksi	Pelaksana Program	Kondisi Saat Ini	2020	2021	2022	2023	2024	Sumber Dana	Keterangan
Memasok gerai oleh-oleh di dalam lokasi obyek wisata dengan hasil olahan kopi.	Pelaku IKM, Forum IKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	- Lebih dari 80% industry kopi belum memiliki gerai pemasaran. - Pemasaran hasil industry kopi dilakukan secara direct selling, sehingga terbatas untuk kalangan tertentu saja.	- Pemilihan obyek wisata yang dijadikan target lokasi pemasaran	- Hasil olahan kopi sudah dipasarkan di dalam 2 obyek wisata yaitu di Farm House dan De Ranch	- Hasil olahan kopi sudah bertambah lokasi pemasarannya di dalam 2 obyek wisata yaitu di Floating Market dan Maribaya Resort	- Hasil olahan kopi sudah bertambah lokasi pemasarannya di dalam 2 obyek wisata yaitu di Lembah Sukawana dan Curug Pelangi	-	- APBD Kabupaten Bandung Barat - Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung Barat - Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung Barat	-

Sumber: Hasil Rencana, 2019



Tabel 10. 13 Implikasi Program Rencana Aksi Memasok Gerai Oleh-oleh di Dalam Lokasi Obyek Wisata

Rencana Aksi	Output	Outcomes	Impact
Memasok gerai oleh-oleh di dalam lokasi obyek wisata dengan hasil olahan kopi	Bertambahnya lokasi pemasaran hasil produksi kopi dari Kabupaten Bandung Barat	Terjadinya integrasi antara sector pariwisata dan sector industry Kabupaten Bandung Barat	Peningkatan penjualan hasil produksi karena kopi dapat masuk ke lokasi obyek wisata yang ramai pengunjung setelah sebelumnya system pemasaran kopi tidak maksimal.

Sumber: Hasil Rencana, 2019



10.2.7 Penjaringan Kemitraan dengan Outlet Oleh-Oleh di Luar Kabupaten Bandung Barat

Salah satu program yang dapat dilaksanakan dalam rangka memperluas jaringan pemasaran hasil produksi adalah dengan system kemitraan outlet oleh-oleh di luar Kabupaten Bandung Barat. Dengan adanya kemitraan outlet oleh-oleh, pelaku industry dan pemerintah Bandung Barat dapat mengetahui pergerakan barang hasil produksi telah mencapai daerah mana saja. Dengan adanya system kemitraan outlet pun, quality control tetap dapat terjamin dan jumlah hasil produksi dapat dipantau dan dilihat siklusnya dengan baik. Program kemitraan ini dapat menjadi jaminan bahwa industry memiliki lokasi atau target pemasaran yang terstruktur dengan perjanjian jumlah dan intensitas pengiriman. Sehingga, dari pihak produsen juga dapat mempersiapkan stock yang akan dikirim ke outlet. Outlet oleh-oleh tetap dapat memasarkan hasil produksi serupa dari daerah lain, justru dengan persaingan seperti itu, hasil industry dari Kabupaten Bandung Barat dapat menunjukkan kualitasnya dan kesiapannya dalam bersaing dengan produk lain. Terdapat 1 rencana aksi yang dapat dilakukan untuk mewujudkan program ini.

1. Kontrak kemitraan outlet oleh-oleh di luar KBB

Salah satu media pemasaran adalah melalui gerai atau toko oleh-oleh. Dalam rencana aksi ini, toko oleh-oleh yang dipilih adalah yang berada di kota besar dengan jumlah wisatawan yang banyak. Action plan ini dilakukan agar hasil produksi dapat dipasarkan ke daerah lain melalui outlet yang resmi bemitra, sehingga tidak ada perbedaan harga jual dan dapat memantau jumlah yang terjual setiap harinya.



Tabel 10. 14 Indikasi Program Proyek Kontrak Kemitraan Outlet di Luar Bandung Barat

Rencana Aksi	Pelaksana Program	Kondisi Saat Ini	2020	2021	2022	2023	2024	Sumber Dana	Keterangan
Kontrak kemitraan outlet di luar Bandung Barat	Pelaku IKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan.	- Belum menjalin kerjasama/ke mitraan dengan outlet di luar KBB	- Pencarian daerah potensial untuk kemitraan - Pencarian outlet di daerah tersebut yang potensial	Seluruh outlet target kemitraan telah bersedia bekerjasama Hasil produksi kopi siap dipasarkan di outlet oleh-oleh di Bandung, Bali, Surabaya, Malang, Jogjakarta, Medan, Aceh, Palembang, Padang.	-	-	-	Pengelola IKM, Pemilik outlet luar KBB	Jalinan kemitraan dipilih agar kualitas barang produksi yang dijual dapat dipantau.

Sumber: Hasil Rencana, 2019



Tabel 10. 15 Implikasi Proyek Kontrak Kemitraan Outlet di Luar Bandung Barat

Rencana Aksi	Output	Outcomes	Impact
Kontrak kemitraan outlet di luar Bandung Barat	Bertambahnya lokasi pemasaran hasil produksi kopi dari Kabupaten Bandung Barat	Hasil produksi olahan kopi KBB semakin terkenal	Peningkatan penjualan hasil produksi karena kopi dapat masuk ke outlet oleh-oleh daerah lain yang ramai pengunjung setelah sebelumnya system pemasaran kopi tidak maksimal.

Sumber: Hasil Rencana, 2019



10.2.8 Peningkatan Sarana Pemasaran Berbasis *Online*

Pemasaran merupakan suatu hal yang penting dalam sector industry. Barang hasil produksi tidak dapat mendatangkan keuntungan apabila produsen tidak dapat menjual barang hasil usahanya. Demikian pula dengan industry di Kabupaten Bandung Barat. Berdasarkan hasil survey dan analisis yang telah dilakukan, hasil produksi IKM Kabupaten Bandung Barat memiliki kualitas yang baik. Namun, kendalanya ada pada pemasaran produk termasuk product branding dan strategi pemasaran. Sejauh ini, hasil produksi biji kopi hanya dipasarkan dengan cara *direct selling* atau mulut ke mulut. Sedangkan, untuk industry olahan sudah menggunakan teknologi informasi namun belum maksimal. Maka, melalui program ini akan diberikan arahan rencana aksi untuk melakukan pemasaran dengan system online. Rencana aksi yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Pembuatan website khusus untuk display dan pembelian barang hasil produksi industri Kabupaten Bandung Barat

Adanya website resmi khusus yang dikelola oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung serta forum IKM dapat menjadi potensi pemasaran hasil produksi. Kopi yang dipasarkan di website resmi telah melalui quality control. Apabila website tersebut adalah website resmi, akan menimbulkan kepercayaan bagi calon pembeli.



Tabel 10. 16 Indikasi Program Proyek Pembuatan Website

Rencana Aksi	Pelaksana Program	Kondisi Saat ini	Indikator					Sumber Dana	Keterangan
			2020	2021	2022	2023	2024		
Pembuatan website khusus untuk display dan pembelian barang hasil produksi industri Kabupaten Bandung Barat	Pelaku IKM, Dinas Indag dan Forum IKM	<ul style="list-style-type: none"> Belum seluruh industry menggunakan system pemasaran berbasis teknologi informasi (<i>analisis subsistem</i>) Pemasaran kopi hanya dilakukan melalui mulut ke mulut Pemasaran hasil olahan di dalam negeri masih rendah 	<ul style="list-style-type: none"> Target 50% Pembuatan website <i>market-place</i> dapat digunakan pelaku IKM KBB dan konsumen, namun belum semua IKM dapat memanfaatkannya, dibutuhkan waktu untuk mendaftarkan IKM ke website 	<ul style="list-style-type: none"> Target 100% Website dapat dijangkau oleh semua IKM dan konsumen 	-	-	-	APBD dan pelaku IKM	Keberhasilan kegiatan pembuatan website <i>market place</i> bergantung pada: -Kemampuan APBD dalam membiayai kegiatan pembuatan website dan menyediakan tenaga kerja untuk mengelola website -Kemampuan pelaku IKM dalam menggunakan website

Tabel 10. 17 Implikasi Proyek Pembuatan Website

Rencana Aksi	Output	Outcomes	Impact
Pembuatan website khusus untuk display dan pembelian barang hasil produksi industri Kabupaten Bandung Barat	Tersedianya website <i>market-place</i> yang dapat digunakan pelaku IKM untuk menjual hasil produksi dan sebagai media konsumen dapat membeli produk	Produk semakin dikenal melalui website dan pemasaran meningkat	Pembuatan web akan berdampak kepada pendapatan pelaku IKM dan berdampak pada pendapatan KBB serta meningkatkan daya saing daerah



2. Pendaftaran akun IKM KBB ke market place online

Beberapa platform market place online sudah menjadi sesuatu yang akrab di kalangan masyarakat. Pasalnya, platform ini userfriendly, terkadang memiliki promo yang membuat harga semakin ramah di kantong masyarakat. Hal-hal tersebut terkadang membuat masyarakat lebih memilih untuk membeli barang secara online daripada langsung di toko. Maka, rencana aksi ini diharapkan dapat menambah penjualan hasil produksi olahan kopi.



Tabel 10. 18 Indikator Program Proyek Pendaftaran Akun IKM KBB ke Marketplace

Rencana Aksi	Pelaksana Program	Kondisi Saat ini	Indikator					Sumber Dana	Keterangan
			2020	2021	2022	2023	2024		
Pendaftaran akun IKM KBB ke market place online	Pelaku IKM, Dinas Indag, Forum IKM dan Jasa penyedia market place	<ul style="list-style-type: none"> Belum seluruh industry menggunakan system pemasaran berbasis teknologi informasi (<i>analisis subsistem</i>) Pemasaran kopi hanya dilakukan melalui mulut ke mulut 	<ul style="list-style-type: none"> Target 100% Pendaftaran akun pelaku IKM ke market place online dapat terlaksana dan dapat digunakan setelah pelaku IKM mendaftarkan usahanya ke market place online 					pelaku IKM	<p>Keberhasilan kegiatan pendaftaran IKM ke market place online bergantung pada:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan pelaku IKM dalam mengelola akun yang telah terdaftar di aplikasi market place online - Kesiediaan dan kemampuan penyedia market place online untuk memasarkan produk IKM

Tabel 10. 19 Implikasi Proyek Pendaftaran Akun IKM KBB Ke Marketplace

Rencana Aksi	Output	Outcomes	Impact
Pendaftaran akun IKM KBB ke market place online	Tersedianya Produk Kopi IKM KBB pada aplikasi market pplace online sehingga konsumen dapat menjangkau produk tanpa harus ke lokasi IKM, sehingga dapat menghemat waktu konsumen dan produsen dalam proses	Produk semakin mudah di jangkau konsumen sehingga pemasaran meningkat dan pendapatan meningkat. Pemilik IKM dapat memangkas pengeluaran lainnya yang dapat digantikan oleh biaya antar dan biaya	Pendaftaran akun IKM KBB ke market place online memberikan dampak pada pelaku IKM, pemerintah daerah, konsumen serta penyedia jasa market place. Dampak yang dirasakan pelaku IKM yaitu, pemasaran yang lebih



pemasaran serta dapat memangkas biaya pemasaran

pemasaran serta produk dapat dikenal masyarakat luas dan berdampak pada pendapatan daerah serta penyerapan tenaga kerja pada industri akibat permintaan yang bertambah

mudah dan efisien.

Pemerintah mendapatkan dampak meningkatnya pendapatan daerah dan memungkinkan menurunnya jumlah pengangguran akibat penyerapan tenaga kerja pada sektor industri.

Konsumen dapat memperoleh produk yang lokasinya jauh dengan mudah. Penyedia jasa market place mendapatkan dampak semakin pengguna yang menggunakan jasa market place.



10.3 Rencana Aksi

No	Program	Kegiatan	Target	Lokasi	Output	Outcome	Pelaksana	Biaya	Sumber
1	Melakukan kerjasama dengan Lembaga Pendidikan	Penelitian Produk Kecantikan Berbahan Dasar Kopi	Forum IKM dan Lembaga Pendidikan	Kota Bandung, Kecamatan Ngamprah	Terciptanya formula produk kecantikan berbahan dasar kopi	Adanya inovasi hasil produksi yang dapat meningkatkan nilai tambah biji kopi	Disperindag KBB, lembaga pendidikan	Rp 50.000.000,00	APBD KBB, Disperindag KBB
2	Penyediaan Sarana Produksi Produk Kecantikan Berbahan Baku Kopi	Pengadaan Pabrik Industri Kecantikan dan Alat Pembuatannya	Pemilik Industri Kopi	Kecamatan Gununghalu	Tersedianya sarana dan alat untuk memproduksi barang kecantikan	Terciptanya hasil produksi yang memiliki daya saing dan berkualitas tinggi	Disperindag KBB, Forum IKM	Rp 5.000.000.000,00	APBD, CSR
3	Pengadaan Pelatihan atau Workshop Terkait Penggunaan Teknologi	Pelatihan penggunaan teknologi	Pekerja pabrik kopi	Kecamatan Ngamprah	Pekerja memahami cara penggunaan teknologi atau alat produksi barang kecantikan	Maksimalnya kemampuan dan penggunaan SDM dalam KBB	Disperindag KBB	Rp 40.000.000,00	• APBD, Disperindag
4	Pengadaan Pelatihan atau Workshop Terkait Strategi Branding dan Pemasaran	Pelatihan strategi pemasaran hasil produksi menggunakan website	Pengurus forum IKM Kabupaten Bandung Barat	Kabupaten Bandung Barat	Peserta pelatihan dapat mengerti strategi pemasaran yang baik berbasis teknologi informasi menggunakan website.	Pemasaran produk hasil industri semakin meningkat.	Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung Barat	Rp. 50.000.000,-	• APBD Kabupaten Bandung Barat • Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung Barat
		Pelatihan penerapan			Pengurus Forum IKM	Hasil Produksi IKM Bandung		Rp. 50.000.000,-	• APBD Kabupaten



No	Program	Kegiatan	Target	Lokasi	Output	Outcome	Pelaksana	Biaya	Sumber
		strategi branding bagi pelaku IKM			dapat melakukan strategi branding untuk memasarkan hasil produksi IKM Kabupaten Bandung Barat	barat memiliki brand yang saling terhubung yang menggambarkan ciri khas KBB			Bandung Barat • Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung Barat • UMKM Kabupaten Bandung Barat
5	Kerjasama dengan Konsultan Desain Grafis	Mengadakan Kerjasama antara Pemilik Usaha dengan Desain Kemasan Produk dan Desain Iklan	90% produk ini menjadi produk andalan yang selalu diingat, salah satunya akibat desainnya yang mudah diingat	Industri Olahan Kopi menjadi kosmetik	Hasil produksi memiliki branding yang baik	Meningkatnya pemanfaatan sumber daya lokal (pengrajin maupun pemilik usaha) dalam kegiatan industri	DISPERINDAG dan Forum IKM	Rp 25.000.000	Be Kraf Investor CSR
		Edukasi kepada forum IKM	70% staff forum IKM terkait dapat melakukan desain produk, logo, dan iklan		Pelaku mendapatkan wawasan terkait desain produk	Meningkatnya pemanfaatan sumber daya lokal (pengrajin maupun pemilik usaha) dalam kegiatan industri	ISPERINDAG dan Forum IKM	Rp 15.000.000	Be Kraf Investor CSR
6	Kerjasama dengan Pengelola Objek	Memasok gerai oleh-oleh di	6 lokasi	De Ranch, Farm House,	Kontrak kerjasama	Pemasaran hasil produksi IKM	Dinas Perindustrian	Rp 500.000,00	Disperindag, pelaku IKM



No	Program	Kegiatan	Target	Lokasi	Output	Outcome	Pelaksana	Biaya	Sumber
	Wisata untuk Pemasaran Produk	dalam lokasi obyek wisata dengan hasil olahan kopi dan IKM KBB		Lembah Sukawana, Maribaya Resort, Curug Pelangi, Floating Market	antara disperindag dan dibudpar telah ditandatangani	memiliki lokasi yang legal dan terjamin	dan Perdagangan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata		
7	Kemitraan dengan Outlet Oleh-oleh di Luar Kabupaten Bandung Barat	Kontrak kemitraan outlet oleh-oleh di luar KBB	9 Kota	Bali, Bandung, Yogyakarta, Jakarta, Medan, Aceh, Palembang, Malang, Surabaya.	Bertambahnya lokasi pemasaran barang hasil produksi	Hasil penjualan Meningkat	Disperindag KBB, pelaku IKM, disperindag luar kota	Rp 5.000.000,00	Disperindag, pelaku IKM
8	Peningkatan Sarana Pemasaran Berbasis Online	Pembuatan web khusus hasil IKM KBB (sekaligus bisa beli disitu)	1 web	-	Bertambahnya target pemasaran hasil produksi	Bertambahnya pendapatan hasil produksi	Disperindag, forum IKM	Rp 5.000.000	Disperindag
		Pendaftaran akun IKM KBB ke market place online (shopee, tokped, bukalapak)	4 marketplace	Shopee, tokopedia, bukalapak, blibli.com	Bertambahnya target pemasaran hasil produksi	Bertambahnya pendapatan hasil produksi	Disperindag, forum IKM	-	-





DAFTAR ISI

BAB IX	IX-1
RENCANA PENGEMBANGAN	IX-1
9.1 Force Field Analysis	IX-1
9.2 Visi dan Misi	IX-10
9.2.1 Visi	IX-10
9.2.2 Misi.....	IX-10
9.3 Strategi dan Program Pengembangan	IX-11
9.4 <i>Critical Success Factor (CSF)</i>	IX-12
BAB X	X-13
RENCANA AKSI	X-13
10.1 Rencana Pengembangan.....	X-13
10.1.1 Rencana Pengembangan Industri Pengolahan Kopi.....	X-13
10.2 Program Pengembangan.....	X-14
10.2.1 Melakukan Kerjasama dengan Lembaga Pendidikan.....	X-14
10.2.2 Penyediaan Sarana Produksi Produk Kecantikan Berbahan Baku Kopi	X-18
10.2.3 Pengadaan Pelatihan Atau <i>Workshop</i> Terkait Penggunaan Teknologi	X-21
10.2.4 Pengadaan Pelatihan atau <i>Workshop</i> Terkait Strategi Branding dan Pemasaran .	X-26
10.2.5 Melakukan Kerjasama dengan Konsultan Desain Grafis	X-31
10.2.6 Melakukan Kerjasama dengan Pengelola Objek Wisata untuk Pemasaran Produk..	X-34
10.2.7 Penjaringan Kemitraan dengan Outlet Oleh-Oleh di Luar Kabupaten Bandung Barat	X-37
10.2.8 Peningkatan Sarana Pemasaran Berbasis <i>Online</i>	X-40
10.3 Rencana Aksi	X-45



DAFTAR TABEL

Tabel 9. 1 Perumusan Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat	IX-1
Tabel 9. 2 Dampak Relatif dan Tingkat Kemudahan Faktor Pendorong	IX-2
Tabel 9. 3 Dampak Relatif dan Tingkat Kemudahan Faktor Penghambat	IX-3
Tabel 9. 4 Perkiraan Kekuatan Relatif.....	IX-5
Tabel 9. 5 Faktor Kunci Keberhasilan.....	IX-9
Tabel 9. 6 Strategi Pengembangan Industri Kecil Menengah Kabupaten Bandung Barat	IX-11
Tabel 9. 7 Critical Success Factor	IX-12
Tabel 10. 1 Indikasi Proyek Melakukan Penelitian Produk Kecantikan Berbahan Baku Kopi dengan Institusi Pendidikan	X-16
Tabel 10. 2 Implikasi Proyek Penelitian Produk Kecantikan Berbahan Baku Kopi Dengan Institusi Pendidikan.....	X-16
Tabel 10. 3 Indikasi Proyek Pengadaan Pabrik Industri Kecantikan Berbahan Dasar Kopi Beserta Alat Produksi.....	X-20
Tabel 10. 4 Indikasi Proyek Melakukan Pelatihan Terkait Penggunaan Teknologi Kepada Tenaga Kerja dan Pemilik Usaha Industri Kopi	X-24
Tabel 10. 5 Implikasi Proyek Pelatihan Penggunaan Teknologi	X-24
Tabel 10. 6 Pelatihan Strategi Pemasaran Hasil Produksi Menggunakan Website	X-27
Tabel 10. 7 Implikasi Proyek Pelatihan Strategi Pemasaran Hasil Produksi Menggunakan Website	X-28
Tabel 10. 8 Indikasi Program proyek Pelatihan penerapan strategi branding bagi pelaku IKM	X-29
Tabel 10. 9 Implikasi Program Proyek Pelatihan penerapan strategi branding bagi pelaku IKM	X-30
Tabel 10. 10 Indikasi Proyek Pengadaan Kerjasama antara Pemilik Usaha dengan Desain Kemasan Produk dan Desain Iklan	X-32
Tabel 10. 11 Implikasi Proyek Pengadaan Kerjasama antara Pemilik Usaha dengan Desain Kemasan Produk dan Desain Iklan	X-32



Tabel 10. 12 Indikasi Program Rencana Aksi Memasok Gerai Oleh-oleh di Dalam Lokasi Obyek Wisata.....	X-35
Tabel 10. 13 Implikasi Program Rencana Aksi Memasok Gerai Oleh-oleh di Dalam Lokasi Obyek Wisata.....	X-36
Tabel 10. 14 Indikasi Program Proyek Kontrak Kemitraan Outlet di Luar Bandung Barat ..	X-38
Tabel 10. 15 Implikasi Proyek Kontrak Kemitraan Outlet di Luar Bandung Barat.....	X-39
Tabel 10. 16 Indikasi Program Proyek Pembuatan Website	X-41
Tabel 10. 17 Implikasi Proyek Pembuatan Website.....	X-41
Tabel 10. 18 Indikator Program Proyek Pendaftaran Akun IKM KBB ke Marketplace ...	X-43
Tabel 10. 19 Implikasi Proyek Pendaftaran Akun IKM KBB Ke Marketplace	X-43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 9. 1 Alur Pembuatan Sabun	X-22
Gambar 9. 2 Lipstick Filling Machine.....	X-23