

DARI KEBUN KE PASAR HIJAU

Langkah-langkah penguatan usaha berbasis agroforestri melalui akses ke rantai nilai, pembiayaan inovatif, dan pasar hijau

Caecilia Yulita Novia, Ade Oktarinsyah Pratama,
Syamsul Asinar, Junaidi Hutasuhut, Domingus Oematan

World Agroforestry (ICRAF)

DARI KEBUN KE PASAR HIJAU

Langkah-langkah penguatan usaha berbasis agroforestri melalui akses ke rantai nilai, pembiayaan inovatif, dan pasar hijau

Caecilia Yulita Novia, Ade Oktarinsyah Pratama,
Syamsul Asinar, Junaidi Hutasuhut, Domingus Oematan

World Agroforestry (ICRAF)

Sitasi
Novia CY, Pratama AO, Asinar S, Hutasuhut J, Oematan D. 2025. Dari Kebun Ke Pasar Hijau: Langkah-langkah Penguatan Usaha berbasis Agroforestri melalui Akses ke Rantai Nilai, Pembiayaan Inovatif, dan Pasar Hijau. Bogor, Indonesia: World Agroforestry (ICRAF).

Ketentuan dan Hak Cipta
CIFOR-ICRAF Program Indonesia memegang hak cipta atas publikasi dan halaman webnya, namun memperbanyak untuk tujuan non–komersial dengan tanpa mengubah isi yang terkandung di dalamnya diperbolehkan. Pencantuman referensi diharuskan untuk semua pengutipan dan perbanyakan tulisan dari buku ini. Pengutipan informasi yang menjadi hak cipta pihak lain tersebut harus dicantumkan sesuai ketentuan. Link situs yang CIFOR-ICRAF Program Indonesia sediakan memiliki kebijakan tertentu yang harus dihormati. CIFOR-ICRAF Program Indonesia menjaga database pengguna meskipun informasi ini tidak disebarluaskan dan hanya digunakan untuk mengukur kegunaan informasi tersebut.

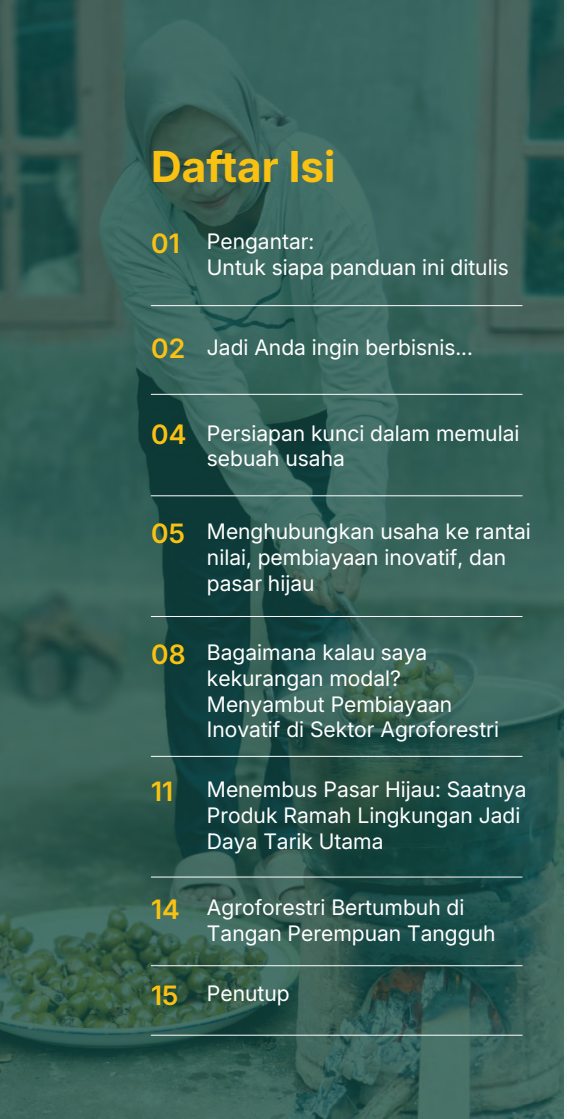
Informasi yang diberikan CIFOR-ICRAF Program Indonesia, sepengetahuan kami akurat, namun kami tidak memberikan jaminan dan tidak bertanggung jawab apabila timbul kerugian akibat penggunaan informasi tersebut. Tanpa pembatasan, silakan menambah link ke situs kami www.cifor-icraf.org pada situs anda atau publikasi.

CIFOR-ICRAF
Program Indonesia

Penata letak: Muhammad Azizy
Foto-foto: CIFOR-ICRAF Indonesia

Ilustrasi karakter kartun
dibuat menggunakan GPT-5

Jl. CIFOR, Situ Gede, Sindang Barang
Bogor 16115 [PO Box 161 Bogor 16001] Indonesia
Tel: +(62) 251 8625 415 ; Fax: +(62) 251 8625416
Email: cifor-icraf-indonesia@cifor-icraf.org
www.cifor-icraf.org/locations/asia/indonesia



Daftar Isi

01 Pengantar:
Untuk siapa panduan ini ditulis

02 Jadi Anda ingin berbisnis...

04 Persiapan kunci dalam memulai sebuah usaha

05 Menghubungkan usaha ke rantai nilai, pembiayaan inovatif, dan pasar hijau

08 Bagaimana kalau saya kekurangan modal? Menyambut Pembiayaan Inovatif di Sektor Agroforestri

11 Menembus Pasar Hijau: Saatnya Produk Ramah Lingkungan Jadi Daya Tarik Utama

14 Agroforestri Bertumbuh di Tangan Perempuan Tangguh

15 Penutup

Pengantar:
Untuk siapa panduan ini ditulis

Booklet ini disusun sebagai panduan singkat dan praktis bagi pelaku usaha kecil, kelompok tani, pendamping, serta pemerintah daerah yang ingin mengembangkan usaha berbasis agroforestri agar lebih kuat, berdaya saing, berkelanjutan, dan inklusif.

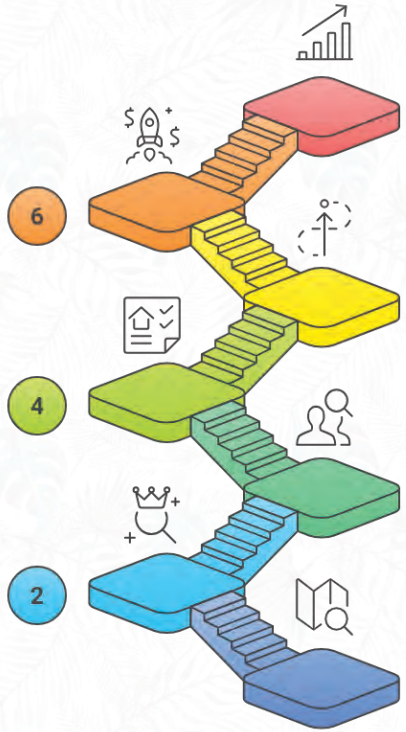
Melalui panduan ini, pelaku usaha di tingkat desa diajak untuk “naik kelas”, dari hanya menjual hasil mentah menjadi mengolah produk bernilai tambah, mengenal akses pembiayaan yang sesuai dan ramah bagi pelaku kecil, serta terhubung dengan pasar hijau yang kini semakin berkembang dan diminati banyak konsumen.

Panduan ini juga menegaskan pentingnya peran perempuan sebagai penggerak utama di sektor agroforestri, agar semakin diakui dan berdaya di setiap tahap kegiatan usaha, mulai dari perencanaan, produksi, hingga pemasaran.

Dengan memahami dan menerapkan isi taklimat ini, pelaku agroforestri dapat menyusun rencana usaha yang matang, mengelola usaha secara gotong royong, memperluas akses ke modal, pelatihan, dan pasar, serta membangun usaha hijau yang berdaya saing, adil, dan berkelanjutan bagi komunitasnya.

Jadi anda ingin berbisnis...

Membangun Usaha Berkelanjutan



7 Evaluasi dan Pengembangan
Menilai kinerja usaha dan membuat perbaikan untuk pertumbuhan berkelanjutan.

6 Implementasi
Membangun dan meluncurkan usaha sesuai dengan rencana.

5 Perencanaan Usaha
Mengembangkan rencana usaha yang komprehensif untuk memandu operasi.

4 Riset Kelayakan
Mengevaluasi kelayakan usaha untuk memastikan keberlanjutan.

3 Penilaian/Survei Pasar
Melakukan riset untuk memahami permintaan pasar dan preferensi konsumen.

2 Pilih Produk Unggulan
Menentukan produk atau komoditas yang paling menjanjikan untuk dikembangkan.

1 Identifikasi Sumber Daya
Mengenali dan menilai sumber daya lokal yang tersedia untuk usaha.

Made with Napkin

Anda di tahap mana?

Cek ombak dulu:
Penilaian Pasar Cepat

Sebelum memulai usaha, ada baiknya kita melihat dulu bagaimana kondisi pasar untuk produk yang ingin dijual.

Salah satu cara sederhana untuk melakukannya adalah dengan **Penilaian Pasar Cepat (Rapid Market Appraisal / RMA).**

Cara ini membantu petani atau pelaku usaha memahami keadaan pasar secara cepat, dengan mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan seperti:

- **Siapa** saja yang menjual produk sejenis, dan seperti apa cara mereka menjualnya?
- **Seberapa** Panjang jalur penjualan produk dari petani hingga ke pembeli akhir, dan siapa saja yang terlibat di setiap tahapnya?
- **Berapa** banyak orang yang membutuhkan atau membeli produk ini?
- **Apa** bentuk dan harga seperti apa yang paling disukai pembeli?
- **Apa** standar kualitas dan jumlah yang diminta oleh pengepul, pedagang, atau pembeli di pasar?

Jika dari hasil Penilaian Pasar Cepat (RMA) terlihat ada peluang yang menjanjikan, misalnya:

- Masih ada permintaan pembeli yang belum terpenuhi,
- Ada kebutuhan akan produk baru yang belum tersedia di pasar,
- Harga produk stabil atau malah naik,
- Pesaing masih sedikit atau banyak calon pembeli,
- Produk yang kita hasilkan sesuai dengan apa yang dibutuhkan pasar,

... maka saatnya menyusun rencana dan mengatur jalannya (pengorganisasian) usaha!



Persiapan kunci dalam memulai sebuah usaha

Dapat mengunakan Kerangka Kerja – Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan dan Pengawasan atau disingkat **POAC**





Mulai dari sini

1. Perencanaan (*Planning*)

Menyusun rencana usaha yang jelas dan realistis: Tentukan produk yang akan dibuat, sumber daya yang dibutuhkan, siapa pembelinya, bagaimana cara memproduksinya, berapa biayanya, dan dari mana modalnya akan diperoleh.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Mengatur siapa mengerjakan apa dan bagaimana cara bekerjanya. Setiap orang diberi tugas sesuai kemampuannya, ada aturan kerja yang disepakati bersama (misal: AD/ART), dan semua anggota — termasuk perempuan — punya kesempatan untuk berperan dan memimpin.

3. Pelaksanaan (*Actuating*)

Menjalankan rencana yang sudah dibuat. Semua anggota bekerja dengan semangat, saling membantu, dan bertanggung jawab. Setiap orang diharapkan bisa memimpin dirinya sendiri — bekerja aktif, bukan menunggu perintah — demi kemajuan bersama.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Memantau jalannya usaha secara rutin. Mencatat uang dan laporan dengan jujur dan terbuka agar semua orang percaya dan usaha bisa berkembang dengan dukungan dari berbagai pihak.

Menghubungkan usaha ke rantai nilai, pembiayaan inovatif, dan pasar hijau

Banyak usaha kecil di desa sudah berjalan sejak lama - bahkan diwariskan turun-temurun – namun sebagian besar berhenti di tahap produksi — menjual hasil dalam bentuk mentah, dengan harga yang rendah dan keuntungan yang terbatas. Karena tidak masuk dalam rantai nilai yang lebih luas, usaha sulit untuk berkembang.

Padahal, kalau produk bisa diolah lebih lanjut, dikemas dengan baik, dan dipasarkan langsung ke konsumen yang tepat, nilainya bisa meningkat berkali lipat. Inilah yang disebut rantai nilai — yaitu rangkaian kegiatan dari awal sampai akhir (dari bahan mentah sampai ke tangan konsumen) yang menambah nilai produk dan memperluas pasar.

Dengan langkah yang tepat, usaha kecil dapat:

- Mengakses pembiayaan yang sesuai kebutuhan, tidak hanya bergantung pada pinjaman dari pengepul atau pedagang perantara.
- Punya peluang besar Masuk ke pasar hijau, yaitu pasar yang menghargai produk ramah lingkungan dan berkelanjutan, yang kini makin banyak dicari konsumen.

Jadi, kuncinya adalah kesiapan pelaku usaha untuk menata kembali cara berusaha — agar bisa naik kelas tanpa meninggalkan akar lokalnya.



Cara usaha agroforestri naik kelas lewat rantai nilai

Rantai Nilai

Proses lengkap yang dilalui sebuah produk — mulai dari penanaman, panen, pengolahan, pengemasan, promosi, pemasaran/distribusi, hingga sampai ke tangan pembeli.

Kenapa Penting?

- Setiap tahapan dalam rantai nilai dapat menambah nilai produk.
- Nilai tambah berarti peningkatan kualitas, bentuk, atau manfaat produk yang membuat harga jualnya naik dan lebih diminati pembeli.
- Semakin banyak nilai tambah yang dilakukan, semakin tinggi harga jual produk dan semakin besar keuntungan bagi pelaku usaha.

Apa yang Harus Dilakukan?

- Kenali tahapan rantai nilai produk Anda — dari bahan mentah hingga produk jadi.
- Pilih bagian mana yang bisa Anda kembangkan (misalnya: pengolahan, kemasan, pemasaran online).
- Bangun kerja sama dengan pihak lain (kelompok tani, UMKM, koperasi, pengepul, toko, atau pembeli besar).
- Tingkatkan kualitas dan tampilan produk agar sesuai dengan selera pasar.
- Pastikan proses usaha tetap ramah lingkungan dan berkelanjutan.
- Ambil bagian sebanyak mungkin dalam proses, jangan hanya jadi "penyedia bahan mentah".





Contoh peningkatan nilai tambah, yang disertai peningkatan harga jual:

Menjual singkong mentah → harga rendah, keuntungan kecil

Mengolah jadi keripik singkong → ada nilai tambah karena bentuk dan rasanya lebih menarik → harga jual naik

Mengemas keripik dengan baik dan memberi label merek → produk tampak lebih profesional dan mudah dikenali → harga bisa naik lagi

Menjual langsung ke pasar atau konsumen (bukan lewat perantara) → **untung lebih besar**

Pengolahan
Nilai +



Singkong Mentah



Pengemasan
Nilai ++



Keripik Singkong





Keripik Singkong Kemasan



Distribusi
Nilai +++



Pasar/ Konsumen



Bagaimana kalau saya kekurangan modal?

Menyambut Pembiayaan Inovatif di Sektor Agroforestri

Banyak usaha kecil, petani, dan perempuan pelaku usaha kesulitan mendapat pinjaman dari bank karena syaratnya rumit dan jaminannya berat. Pembiayaan inovatif muncul sebagai cara baru dalam mendukung usaha kecil.

Pembiayaan Inovatif:

- Cara baru membantu usaha kecil dan mikro mendapatkan dukungan modal
- Tidak selalu berbentuk uang tunai; bisa juga berupa bantuan alat, pelatihan dan pendampingan, fasilitasi legalitas usaha dan produk, transfer teknologi dan pengetahuan, atau akses ke pasar.
- Dapat diberikan oleh pemerintah, lembaga keuangan, sektor swasta (perusahaan), organisasi kemasyarakatan/ keagamaan, akademisi, dan lembaga penelitian.

Pembiayaan inovatif sering dibicarakan dalam dua bentuk utama: pendanaan dan pembiayaan. Keduanya sama-sama soal akses dana atau dukungan modal, tapi punya perbedaan penting:

Aspek	Pendanaan	Pembiayaan
Bentuk	Hibah atau bantuan (tidak perlu dikembalikan)	Dana pinjaman atau investasi yang harus dikembalikan dalam jangka waktu tertentu
Sumber	Pemerintah, lembaga donor, program CSR	Bank, Koperasi, Fintech, Investor
Mekanisme Imbal Hasil	Tidak ada	Bunga, sistem bagi hasil
Cocok untuk	Usaha baru atau meningkatkan kapasitas dasar	Usaha yang sudah berjalan dan siap naik ke tahap berikutnya

Penting bagi pelaku usaha untuk memahami perbedaan antara berbagai jenis bantuan dan pinjaman, termasuk manfaatnya, risikonya, serta kewajiban yang harus dipenuhi — misalnya soal jaminan, laporan penggunaan dana, atau cara mengembalikan pinjaman.

Selain itu, mengelola keuangan dengan baik juga sangat penting. Dengan pembukuan sederhana yang rapi, pelaku usaha bisa memantau pengeluaran dan pemasukan setiap hari, menghindari kerugian, serta menunjukkan kejujuran dan keterbukaan kepada mitra usaha.



Apa yang harus dilakukan
untuk mengakses pendanaan/pembiayaan inovatif?

- Pahami sepenuhnya kebutuhan usaha: apa yang paling dibutuhkan, apakah modal, alat, pelatihan, atau pasar.
- Bangun usaha ramah lingkungan & melibatkan Perempuan (inklusif).
- Gabung dengan Kelompok/Koperasi agar lebih mudah akses pembiayaan, pelatihan, dan pasar.
- Jalin kerjasama dengan mitra potensial supaya mudah mencari dukungan
- Gunakan teknologi sederhana untuk belajar, promosi, atau mencari info pembiayaan.
- Lengkapi legalitas (izin usaha dan sertifikasi produk) agar bisa masuk skema pembiayaan yang lebih luas.
- Ikuti berbagai pelatihan untuk tingkatkan kapasitas usaha menuju pengelolaan yang lebih baik, dan siap bersaing.







Jenis Pembiayaan Inovatif dan Tingkat Kemudahan Akses bagi UMKM / Pelaku Agroforestri

Arah Intervensi Strategis	Peluang Akses	Strategi Perbaikan Akses	Contoh Implementasi
Hibah dan Transfer Sosial	Tinggi: syaratnya lebih mudah, berbasis kepercayaan dan dampak sosial, serta terbuka untuk kelompok dan usaha ramah lingkungan.	Menjaga kepercayaan, tunjukkan manfaat sosial dan lingkungan, lengkapi administrasi kelompok, dan aktif mencari peluang	Dana hibah, Filantropi (Donasi Sosial), Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Patungan Sosial Daring (Social Crowdfunding)
Pasar dan Usaha Berbasis Lingkungan	Sedang: masih terbatasnya pemahaman, biaya, dan dukungan teknis bagi petani dan UMKM untuk memenuhi standar pasar serta mengurus izin usaha dan sertifikasi produk.	Permohonan dukungan sertifikasi, peningkatan mutu, bantuan pemasaran, dan kemitraan agar produk petani dan UMKM lebih mudah masuk pasar.	Pendampingan legalitas usaha (NIB) dan sertifikasi produk (P-irt dan halal) oleh Dinas Koperasi Kabupaten
Pengelolaan Keuangan Publik	Sedang: Informasi terbatas, partisipasi rendah, dana terbatas, atau penyaluran dana belum merata	Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam perencanaan dan penganggaran desa, dorong transparansi dana publik, dan libatkan kelompok tani atau UMKM dalam program hibah dan subsidi pemerintah.	Dana Desa, Dana Alokasi Khusus (DAK) bidang pertanian, atau hibah pemerintah daerah untuk pengembangan UMKM dan kelompok tani.
Instrumen Ekonomi Berbasis Pasar	Sedang-Rendah: proses rumit, informasi terbatas, dan bantuan belum langsung menyasar petani serta UMKM kecil.	Sampaikan kebutuhan lewat kelompok tani atau koperasi, aktif berkomunikasi dengan desa dan dinas, gunakan subsidi dengan tepat dan terbuka, serta dorong agar bantuan dan insentif langsung menyasar petani kecil dan perempuan.	Subsidi pupuk dan alat pertanian pada petani padi dan jagung
Manajemen Risiko Keuangan	Rendah: premi mahal dan pemahaman petani tentang asuransi masih rendah.	Menyediakan/mengadakan kembali subsidi premi dan edukasi risiko di lapangan, membentuk kelompok agar biaya lebih ringan, dan arahkan blended finance untuk mendukung inovasi usaha kecil.	Program Asuransi Usaha Tani Padi (AUTP) oleh Jasindo, yang melindungi petani dari risiko gagal panen akibat banjir, kekeringan, atau hama.
Investasi Berbasis Pengembalian	Rendah: syarat agunan, literasi keuangan UMKM masih rendah sehingga tidak ada pencatatan keuangan dan asdministrasi	Pinjaman tanpa jaminan, jaminan berupa perjanjian jual beli dengan buyer diakui oleh lembaga peminjam, peningkatan kapasitas literasi keuangan dan administrasi	Pembiayaan kredit mikro (KUR), investasi inkubator (angel investment).
Efisiensi & Tata Kelola Keuangan	Rendah: skema kompleks dan berbasis kelembagaan besar, membutuhkan administrasi, laporan keuangan, serta jaminan yang belum banyak dimiliki pelaku usaha kecil.	Mendorong kemitraan nyata antara pemerintah, swasta, dan usaha kecil, dengan pemerintah daerah sebagai mediator, sederhanakan syarat, sediakan pendampingan khusus UMKM.	Kemitraan publik-swasta untuk infrastruktur hijau, sistem keuangan desa digital untuk transparansi, penganggaran berbasis kinerja, serta blended finance untuk proyek hijau dan pemberdayaan petani.

Menembus Pasar Hijau:
Saatnya Produk Ramah Lingkungan Jadi Daya Tarik Utama

Pasar hijau adalah sistem jual beli yang peduli lingkungan dan keadilan sosial. Produk-produk yang diperdagangkan di pasar hijau dibuat tanpa merusak alam, hemat sumber daya, dan dengan cara yang adil bagi semua pihak

Kenapa pasar hijau penting:

- Konsumen modern semakin peduli pada asal dan dampak lingkungan produk
- Produk lebih bernilai ekonomi dan dipercaya konsumen
- Peluang besar untuk usaha agroforestri yang berkelanjutan
- Menghargai petani, perempuan, dan komunitas lokal
- Mendorong pembagian hasil yang lebih adil dan setara

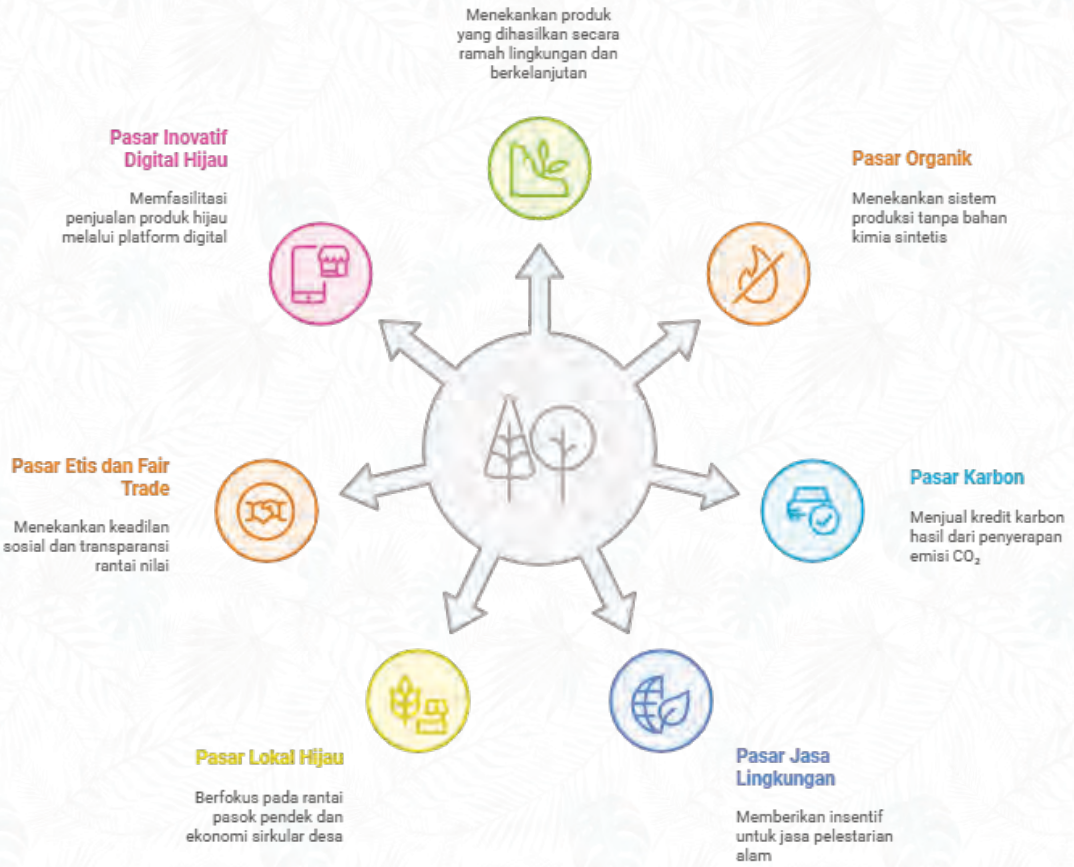








Tipe Pasar Hijau



Apa yang dibutuhkan untuk menembus pasar hijau?

- Produk ramah lingkungan, tanpa mengandung bahan kimia berbahaya untuk produk pangan
- Proses usaha menghormati hak pekerja (tidak eksploitasi, tanpa pekerja anak)
- Proses usaha mendorong kesetaraan gender
- Asal-usul produk jelas dan bukan hasil dari perusakan hutan
- Produk terbuat dari bahan alami, limbah atau bahan baku daur ulang







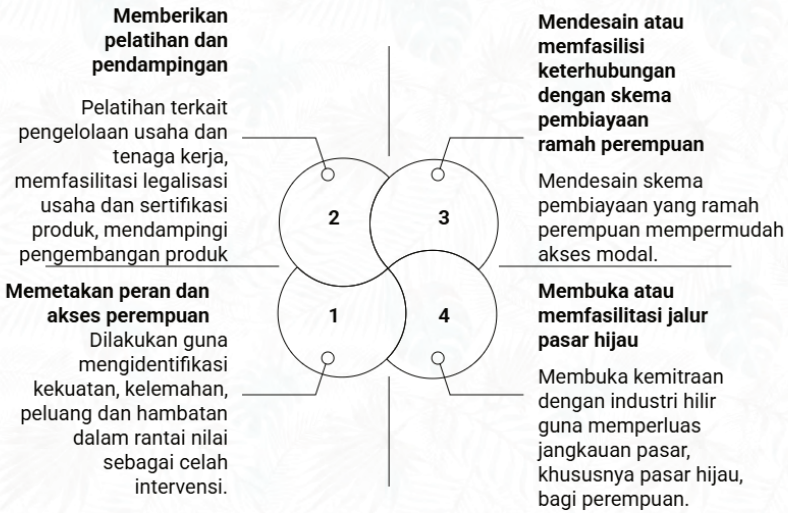


Agroforestri Tumbuh di Tangan Perempuan Tangguh

Dalam banyak usaha agroforestri di desa, sering kali perempuan ikut bekerja dari awal—menanam, memanen, hingga mengolah hasil—namun peran mereka jarang terlihat, apalagi diakui. Padahal, tanpa mereka, banyak usaha tidak akan berjalan.

Banyak perempuan masih sulit mengakses pembiayaan karena tidak punya tanah atas nama sendiri, atau belum dianggap sebagai pemilik usaha. Akibatnya, peluang pelatihan, pendanaan, dan pemasaran pun sering luput. Kalau ini dibiarkan, usaha agroforestri akan terus timpang dan sulit tumbuh secara adil dan berkelanjutan.

Strategi Pemberdayaan Perempuan dalam Usaha Berbasis agroforestri





Penutup

- Kunci keberhasilan usaha agroforestri terletak pada langkah-langkah yang dilakukan bersama, yaitu:
  - Merencanakan usaha dengan matang,
  - Mengelola kelompok secara adil dan terbuka,
  - Meningkatkan keterampilan dan kapasitas pengelolaan usaha,
  - Mengakses pembiayaan inovatif yang sesuai kebutuhan dan kemampuan,
  - Membangun pasar yang mendukung produk lokal yang ramah lingkungan.
- Usaha agroforestri perlu memberi ruang sebesar-besarnya bagi perempuan untuk berperan aktif karena keputusan mereka berpengaruh besar pada keberlanjutan usaha serta peningkatan kualitas produk.
- Dengan pendekatan yang inklusif, pembiayaan yang inovatif, dan pemasaran yang tepat, agroforestri dapat menjadi sumber kehidupan yang adil, berdaya saing, dan berkelanjutan.







World Agroforestry (ICRAF) Indonesia Program
Jl. CIFOR, Situ Gede, Sindang Barang | Bogor 16115 [PO Box 161 Bogor 16001] Indonesia
Tel: +(62) 251 8625 415 ; Fax: +(62) 251 8625416 | Email: icraf-indonesia@cifor-icraf.org
www.cifor-icraf.org/locations/asia/indonesia

In partnership with Canada

#LahanUntukKehidupan
www.lahanuntukkehidupan.id