



MODUL 3.1

Strategi Peluncuran dan Komersialisasi Inovasi Desa

**SEKOLAH INOVASI DESA
KABUPATEN PENAJAM PASER UTARA**



H. Mudyat Noor, S.Hut
Bupati Penajam Paser Utara



Abdul Waris Muin
Wakil Bupati Penajam Paser Utara

TUJUAN MODUL



Modul ini dirancang untuk membekali peserta Sekolah Inovasi Desa (SID) dengan kemampuan dalam merancang dan mengimplementasikan strategi peluncuran dan komersialisasi inovasi di desa. Melalui modul ini, peserta akan mempelajari konsep dasar komersialisasi, tahapan dalam proses komersialisasi, serta langkah-langkah dalam menyusun strategi peluncuran dan komersialisasi yang efektif.

Memahami Konsep Dasar Komersialisasi Inovasi Desa

Definisi

Komersialisasi inovasi desa merupakan proses mengubah inovasi menjadi produk atau layanan yang dapat dipasarkan dan menghasilkan nilai ekonomi. Proses ini mencakup pengembangan produk, strategi pemasaran, hingga distribusi ke pasar.

TUJUAN

Komersialisasi bertujuan menghasilkan nilai ekonomi dari inovasi, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat desa, memperluas jangkauan inovasi, serta menjamin keberlanjutan pengembangan inovasi desa dalam jangka panjang.

MANFAAT

Komersialisasi mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, memperkuat daya saing desa, membangun citra desa inovatif, serta menciptakan ekosistem inovasi yang berkelanjutan berbasis potensi lokal.

Tahapan dalam Proses Komersialisasi Inovasi Desa

1

Penilaian Kesiapan Komersialisasi

Tahap ini berfokus pada evaluasi kelayakan inovasi dari aspek teknis, pasar, sumber daya, kelembagaan, serta risiko yang mungkin dihadapi. Hasil penilaian menjadi dasar pengambilan keputusan komersialisasi.

2

Pengembangan Strategi Komersialisasi

Peserta mempelajari proses komersialisasi sebagai rangkaian tahapan yang sistematis dan saling terkait, mulai dari penilaian kesiapan hingga pengembangan usaha secara berkelanjutan.

3

Peluncuran Produk atau Layanan Inovatif

Tahap peluncuran menekankan pentingnya perencanaan promosi, distribusi produk, serta pengelolaan respons awal konsumen agar inovasi dapat diterima dengan baik oleh pasar.

4

Pengelolaan dan Pengembangan Komersialisasi

Setelah peluncuran, inovasi dikelola secara berkelanjutan melalui evaluasi kinerja, penyempurnaan produk, penguatan kapasitas SDM, serta pengembangan pasar dan diversifikasi produk.

Menyusun Strategi Peluncuran dan Komersialisasi Inovasi Desa

1

Penilaian Kesiapan Komersialisasi

Peserta melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kesiapan inovasi sebagai dasar perumusan strategi yang realistis dan sesuai dengan kapasitas desa.

2

Pengembangan Model Bisnis Inovasi

Model bisnis dirancang untuk menjelaskan nilai inovasi, target pasar, saluran distribusi, struktur biaya, sumber pendapatan, serta mitra strategis yang mendukung komersialisasi.

3

Perancangan Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran disusun melalui segmentasi, penentuan target pasar, positioning produk, serta bauran pemasaran agar inovasi memiliki daya tarik dan daya saing di pasar.

4

Penyusunan Rencana Operasional

Rencana operasional mencakup perencanaan produksi, pengelolaan rantai pasok, layanan purna jual, serta pengelolaan keuangan untuk menjamin efisiensi usaha.

5

Perancangan Strategi Pendanaan

Peserta mempelajari cara mengidentifikasi kebutuhan modal, menentukan sumber pendanaan, serta menyusun skema pendanaan yang berkelanjutan.

6

Penyusunan Rencana Peluncuran

Rencana peluncuran disusun secara detail mulai dari penentuan waktu, promosi, distribusi, hingga penanganan respons dan layanan konsumen.

Praktik Penyusunan Strategi Peluncuran dan Komersialisasi Inovasi Desa

1

Penilaian Kesiapan Komersialisasi

Peserta melakukan analisis kesiapan inovasi dari aspek teknis, pasar, sumber daya, dan kelembagaan.

2

Pengembangan Model Bisnis Inovasi

Peserta merumuskan model bisnis inovasi desa secara aplikatif dan kontekstual.

3

Perancangan Strategi Pemasaran

Peserta menyusun strategi pemasaran yang relevan dengan kondisi pasar dan karakteristik konsumen desa.

4

Penyusunan Rencana Operasional

Peserta menyusun rencana operasional untuk mendukung kelancaran produksi, distribusi, dan pengelolaan keuangan.

5

Perancangan Strategi Pendanaan

Peserta merancang strategi pendanaan yang realistis dan berkelanjutan untuk mendukung usaha inovatif.

6

Penyusunan Rencana Peluncuran

Peserta menyusun rencana peluncuran produk secara menyeluruh sebagai simulasi implementasi komersialisasi.

STUDI KASUS: STRATEGI PELUNCURAN DAN KOMERSIALISASI INOVASI PRODUK OLAHAN BUAH LOKAL DI DESA MAKMUR

Desa Makmur memiliki potensi besar pada komoditas buah, namun menghadapi keterbatasan produktivitas dan akses pasar. Untuk meningkatkan nilai tambah, tim desa mengembangkan inovasi produk olahan buah lokal dan melanjutkannya ke tahap komersialisasi secara terencana.

STUDI KASUS: STRATEGI PELUNCURAN DAN KOMERSIALISASI INOVASI PRODUK OLAHAN BUAH LOKAL DI DESA MAKMUR PENILAIAN KESIAPAN KOMERSIALISASI

- **Kelayakan teknis dan operasional**, memastikan kualitas, keamanan, dan efisiensi produksi.
- **Potensi pasar**, melalui riset konsumen yang menunjukkan permintaan tinggi, khususnya pasar perkotaan.
- **Ketersediaan sumber daya**, baik SDM, modal, maupun sarana produksi.
- **Kesiapan kelembagaan**, dengan dukungan Pemerintah Desa, BUMDes, koperasi, dan kelompok tani.
- **Analisis risiko**, seperti persaingan produk dan fluktuasi harga bahan baku.

**HASIL PENILAIAN MENUNJUKKAN INOVASI SIAP DIKOMERSIALKAN
DENGAN CATATAN PENGELOLAAN RISIKO YANG TERUKUR.**

STUDI KASUS: STRATEGI PELUNCURAN DAN KOMERSIALISASI INOVASI PRODUK OLAHAN BUAH LOKAL DI DESA MAKMUR

PENGEMBANGAN STRATEGI KOMERSIALISASI

- **Model bisnis**, yang menjelaskan nilai produk, target pasar, saluran distribusi, dan sumber pendapatan.
- **Strategi pemasaran**, melalui segmentasi pasar, positioning produk, dan bauran pemasaran.
- **Rencana operasional**, meliputi produksi, distribusi, layanan purna jual, dan keuangan.
- **Strategi pendanaan**, dengan pemanfaatan sumber dana internal dan eksternal.
- **Rencana peluncuran**, yang mengatur waktu, promosi, distribusi, dan layanan konsumen.

STUDI KASUS: STRATEGI PELUNCURAN DAN KOMERSIALISASI INOVASI PRODUK OLAHAN BUAH LOKAL DI DESA MAKMUR

IMPLEMENTASI STRATEGI KOMERSIALISASI

- Peningkatan kapasitas SDM pengelola dan tenaga produksi.
- Penyediaan fasilitas dan teknologi produksi yang memadai.
- Penguatan rantai pasok dari bahan baku hingga distribusi.
- Pelaksanaan promosi dan pemasaran secara offline dan digital.
- Pengelolaan layanan purna jual serta pemantauan kinerja usaha.

STUDI KASUS: STRATEGI PELUNCURAN DAN KOMERSIALISASI INOVASI PRODUK OLAHAN BUAH LOKAL DI DESA MAKMUR

DAMPAK DAN MANFAAT

- **Peningkatan pendapatan** petani dan pelaku usaha desa.
- **Pertumbuhan ekonomi lokal** berbasis inovasi.
- **Peningkatan daya saing desa** melalui produk unggulan.
- **Penguatan citra Desa Makmur** sebagai desa inovatif.
- **Keberlanjutan inovasi,** sebagai model pengembangan produk desa lainnya.

TERIMA KASIH

KOLABORASI PEMKAB PPU DENGAN MDKIK UGM

Membangun "*One Village One Innovation*"
Berbasis Koperasi Merah Putih & BUMDes



Prof. Hadna

Prof. Ir. Siti Malkhamah, M.Sc., Ph.D.

Prof. Ahmad Maryudi