

PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN PERDESAAN

Belajar dari Usaha Komunitas Ekonomi
Kreatif Desa Pusakasari Kabupaten Ciamis

Maman Hilman, ST., MT.
Nugraha Kusuma N, ST., MT.



PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN PERDESAAN

**Belajar dari Usaha Komunitas Ekonomi
Kreatif Desa Pusakasari Kabupaten Ciamis**

PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN PERDESAAN

**Belajar dari Usaha Komunitas Ekonomi
Kreatif Desa Pusakasari Kabupaten Ciamis**

MAMAN HILMAN, ST., MT.
NUGRAHA KUSUMA N, ST., MT.



PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN PERDESAAN

**Belajar dari Usaha Komunitas Ekonomi Kreatif
Desa Pusakasari Kabupaten Ciamis**

Penulis:

MAMAN HILMAN, ST., MT.
NUGRAHA KUSUMA N, ST., MT.

Editor:

MAMAN HILMAN, ST., MT.

Layouter :

Tim Kreatif PRCI

Cover:

Rusli

Cetakan Pertama : Juni 2022

Hak Cipta 2021, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

**Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT**

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website : www.rcipress.rcipublisher.org

E-mail : rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2022 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
All Right Reserved

- Cet. I – : Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2022
; 14,8 x 21 cm
ISBN : 978-623-448-101-3

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang
Hak Cipta Pasal 72

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada kami sehingga kami berhasil menyelesaikan Buku dengan judul PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN PERDESAAN Belajar dari Usaha Komunitas Ekonomi Kreatif Desa Pusakasari Kabupaten Ciamis sesuai yang ditargetkan.

Buku dengan judul PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN PERDESAAN Belajar dari Usaha Komunitas Ekonomi Kreatif Desa Pusakasari Kabupaten Ciamis berisikan mengenai hasil penelitian mengenai bagaimana strategi pengembangan produk unggulan perdesaan yang dilakukan pada Usaha Ekonomi Kreatif di Desa Pusakasari Kabupaten Ciamis. Kami menyadari bahwa Buku ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu kami harapkan demi kesempurnaan buku ini.

Akhir kata, kami sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan Buku ini dari awal sampai akhir. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa meridhoi segala usaha kita. Amin.

Juni 2022, Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	II
DAFTAR TABEL	IV
DAFTAR GAMBAR	VII
BAB I KONSEP PRODUK	1
A. Pengertian Produk	1
B. Klasifikasi dan Jenis-Jenis Produk	1
1. Produk Konsumsi	1
2. Produk Industri	2
3. Produk Berdasarkan Wujudnya	2
4. Produk Berdasarkan Daya Tahannya	2
C. Komponen Analisis SWOT	3
BAB II KONSEP <i>ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS</i> (AHP)	5
A. Penyusunan Prioritas	6
B. Perhitungan Consistency Index (CI) dan Consistency Ratio (CR)	9
BAB III PENTINGNYA PENGEMBANGAN PRODUK	
UNGGULAN PERDESAAN	12
A. Pendahuluan	12
B. Tujuan yang Hendak di Capai	15
BAB IV PROSES PEMECAHAN MASALAH	17
BAB VI PROFIL PRODUK UNGGULAN DESA PUSAKASARI	
KABUPATEN CIAMIS	25
A. Kondisi Umum	25
B. Identifikasi Faktor Produk Unggulan	26
BAB VII HASIL PEMBAHASAN PENGEMBANGAN PRODUK	
UNGGULAN PERDESAAN DI DESA PUSAKASARI	
KABUPATEN CIAMIS	29

A.	Analisis Data Metode Chocran (Q Test)	29
B.	Pengolahan dan Analisis Data Metode AHP	38
	1. Penyusunan Hirarki	38
	2. Penetapan Kriteria Masa Depan yang Diinginkan	38
	3. Penentuan Alternatif	39
C.	Perhitungan Bobot Prioritas	41
D.	Rangkuman Hasil Perhitungan	68
E.	Pengolahan dan Analisis Data Metode SWOT	69
F.	Kesimpulan	76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN		80

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analisis SWOT	4
Tabel 2 Matriks Perbandingan Berpasangan	6
Tabel 3 Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan	7
Tabel 4 Nilai Indeks Random	10
Tabel 5 Hasil Uji Validitas	19
Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	24
Tabel 7 Kelompok Usaha EKRAF Desa Pusakasari	25
Tabel 8 Faktor-faktor Produk Unggulan	26
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 10 Rekapitulasi Data Faktor Produk Unggulan	30
Tabel 11 Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria Terhadap Tujuan	41
Tabel 12 Normalisasi Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria Terhadap Tujuan	42
Tabel 13 Menghitung Nilai Eigen, Indeks Konsistensi Dan Rasio Konsistensi	43
Tabel 14 Perbandingan Kepentingan Alternatif Berdasarkan Pertimbangan Produk Unik/Khas	44
Tabel 15 Normalisasi Matriks Perbandingan Kepentingan Alternatif dengan Berdasarkan Pertimbangan Produk Unik/Khas	45
Tabel 16 Menghitung Nilai Eigen, Indeks Konsistensi Dan Rasio Konsistensi	46
Tabel 17 Perbandingan Kepentingan Alternatif Berdasarkan Pertimbangan Penyumbang Ekonomi Desa	47
Tabel 18 Normalisasi Matriks Perbandingan Kepentingan Alternatif Berdasarkan Pertimbangan Penyumbang Ekonomi Desa	48
Tabel 19 Menghitung Nilai Eigen, Indeks Konsistensi Dan Rasio Konsistensi	49
Tabel 20 Perbandingan Kepentingan Alternatif Berdasarkan Pertimbangan Pasar	50

Tabel 21	Normalisasi Matriks Perbandingan Kepentingan Alternatif Berdasarkan Pertimbangan Pasar	51
Tabel 22	Menghitung Nilai Eigen, Indeks Konsistensi Dan Rasio Konsistensi	52
Tabel 23	Perbandingan Kepentingan Alternatif Berdasarkan Pertimbangan Kondisi Input	53
Tabel 24	Normalisasi Matriks Perbandingan Kepentingan Alternatif Berdasarkan Pertimbangan Kondisi Input	54
Tabel 25	Menghitung Nilai Eigen, Indeks Konsistensi Dan Rasio Konsistensi	55
Tabel 26	Perbandingan Kepentingan Alternatif Berdasarkan Pertimbangan Kemitraan	56
Tabel 27	Normalisasi Matriks Perbandingan Kepentingan Alternatif Berdasarkan Pertimbangan Kemitraan	57
Tabel 28	Menghitung Nilai Eigen, Indeks Konsistensi Dan Rasio Konsistensi	58
Tabel 29	Perbandingan Kepentingan Alternatif Berdasarkan Pertimbangan Dukungan Kebijakan	59
Tabel 30	Normalisasi Matriks Perbandingan Kepentingan Alternatif Berdasarkan Pertimbangan Dukungan Kebijakan	60
Tabel 31	Menghitung Nilai Eigen, Indeks Konsistensi Dan Rasio Konsistensi	61
Tabel 32	Perbandingan Kepentingan Alternatif Berdasarkan Pertimbangan Dampak Lingkungan	62
Tabel 33	Normalisasi Matriks Perbandingan Kepentingan Alternatif Berdasarkan Pertimbangan Dampak Lingkungan	63
Tabel 34	Menghitung Nilai Eigen, Indeks Konsistensi Dan Rasio Konsistensi	64
Tabel 35	Perbandingan Kepentingan Alternatif Berdasarkan Pertimbangan Tingkat Daya Saing	65
Tabel 36	Normalisasi Matriks Perbandingan Kepentingan Alternatif Berdasarkan Pertimbangan Tingkat Daya Saing	66
Tabel 37	Menghitung Nilai Eigen, Indeks Konsistensi Dan Rasio Konsistensi	67

Tabel 38 Rangkuman Prioritas Keseluruhan	68
Tabel 39 Internal Factor Analysisi Summary (IFAS)	71
Tabel 40 External Factor Analysisi Summary (EFAS)	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Contoh Struktur Hierarki	6
Gambar 2 Struktur Hirarki	40
Gambar 3 Kuadran Matrik SWOT Analysis	75

BAB I

KONSEP PRODUK

A. Pengertian Produk

Philip Kotler menjelaskan bahwa pengertian produk adalah segala hal yang bisa ditawarkan, dipunyai, dimanfaatkan ataupun dikonsumsi agar mampu memuaskan kebutuhan ataupun keperluan konsumen. Didalamnya mencakup wujud fisik, jasa, orang, tempat organisasi ataupun suatu ide.

Fandy Tjiptono menerangkan bahwa pengertian produk adalah berbagai hal yang ditawarkan oleh produsen untuk bisa diperhatikan, dicari, dibeli, dinyatakan, dikonsumsi, atau digunakan oleh pasar sebagai bentuk pemenuhan keperluan atau kebutuhan pasar.

B. Klasifikasi dan Jenis-Jenis Produk

1. Produk Konsumsi

Pengertian produk konsumsi adalah seluruh produk yang bisa digunakan oleh konsumen tingkat akhir atau *end user*. Produk konsumsi tersebut lantas dibedakan menjadi beberapa bagian, yaitu:

- Produk Kebutuhan Sehari-hari
- Produk Belanjaan

- Produk Khusus
- *Unsought Goods*

2. Produk Industri

Pengertian produk industri adalah seluruh produk yang mampu dibeli oleh konsumen agar bisa digunakan sebagai bahan baku untuk selanjutnya bisa diproses menjadi produk yang baru. Produk industri ini terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

- Bahan Baku dan Suku Cadang
- Barang modal
- Perlengkapan dan Layanan Bisnis

3. Produk Berdasarkan Wujudnya

Suatu produk pun bisa dikategorikan berdasarkan wujudnya, yaitu produk barang dan jasa.

- Produk Barang
- Produk Jasa

4. Produk Berdasarkan Daya Tahannya

Produk juga bisa dibagi berdasarkan daya tahan dari produk tersebut, yang terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

- Barang Tidak Tahan Lama
- Barang Tahan Lama

C. Komponen Analisis SWOT

- Strength (S)

Yaitu analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini.

- Weaknesses (W)

Yaitu analisis kelemahan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini.

- Opportunity (O)

Yaitu analisis peluang, situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan.

- Threats (T)

Yaitu analisis ancaman, cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi.

Tabel 1 Analisis SWOT

	Helpful To achieving the objective	Harmful To achieving the objective
Internal Origin (attributes of the organization)	Strength	Weaknesses
External Origin (attributes of the organization)	Opportunities	Threats

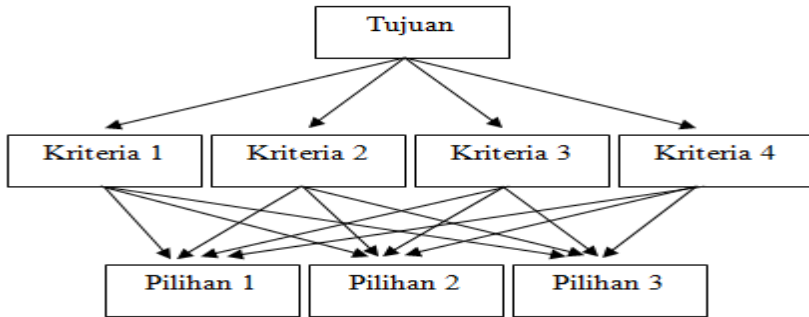
BAB II

Konsep *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Analytical Hierarchy Process (AHP) merupakan suatu model pendukung keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty. Model pendukung keputusan ini akan menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki

AHP sering digunakan sebagai metode pemecahan masalah dibanding dengan metode yang lain karena alasan-alasan sebagai berikut:

1. Struktur yang berhirarki, sebagai konsekuensi dari kriteria yang dipilih, sampai pada subkriteria yang paling dalam.
2. Memperhitungkan validitas sampai dengan batas toleransi inkonsistensi berbagai kriteria dan alternatif yang dipilih oleh pengambil keputusan.
3. Memperhitungkan daya tahan output analisis sensitivitas pengambilan keputusan.



Gambar 1 Contoh Struktur Hierarki

A. Penyusunan Prioritas

Menentukan susunan prioritas elemen adalah dengan menyusun perbandingan berpasangan yaitu membandingkan dalam bentuk berpasangan seluruh elemen untuk setiap sub hirarki. Perbandingan tersebut ditransformasikan dalam bentuk matriks.

Tabel 2 Matriks Perbandingan Berpasangan

	A1	A2	...	An
A1	a ₁₁	a ₁₂	...	a _{1n}
A2	a ₂₁	a ₂₂	...	a _{2n}
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
An	a _{m1}	a _{m2}	...	a _{mn}

Nilai a₁₁ adalah nilai perbandingan elemen A1 (baris) terhadap A1 (kolom)

yang menyatakan hubungan :

1. Seberapa jauh tingkat kepentingan A1 (baris) terhadap kriteria C dibandingkan dengan A1 (kolom) atau
2. Seberapa jauh dominasi A_i (baris) terhadap A_i (kolom) atau
3. Seberapa banyak sifat kriteria C terdapat pada A1 (baris) dibandingkan dengan A1 (kolom).

Nilai numerik yang dikenakan untuk seluruh perbandingan diperoleh dari skala perbandingan 1 sampai 9 yang telah ditetapkan oleh Saaty, seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 3 Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan

Intensitas Kepentingan	Keterangan	Penjelasan
1	Kedua elemen sama pentingnya	Dua elemen mempunyai pengaruh yang sama besar terhadap tujuan
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting daripada elemen yang lainnya	Pengalaman dan penilaian sedikit menyokong satu elemen dibandingkan

		elemen lainnya
5	Elemen yang satu lebih penting daripada elemen yang lainnya	Pengalaman dan penilaian sangat kuat menyokong satu elemen dibandingkan elemen lainnya
7	Satu elemen jelas lebih mutlak penting daripada elemen lainnya	Satu elemen yang kuat disokong dan dominan terlihat dalam praktek
9	Satu elemen mutlak penting daripada elemen lainnya	Bukti yang mendukung elemen yang satu terhadap elemen lain memiliki tingkat penegasan tertinggi yang mungkin menguatkan
2,4,6,8	Nilai-nilai antara dua nilai pertimbangan yang	Nilai ini diberikan bila ada dua kompromi diantara

	berdekatan	dua pilihan
Kebalikan	Jika untuk aktivasi i mendapat satu angka dibanding dengan aktivasi j, maka j mempunyai nilai kebalikannya dibanding dengan i	

Matriks tersebut terdapat pada setiap *level of hierarchy* dari suatu struktur model AHP yang membagi habis suatu persoalan. Sebagai ilustrasi perhatikan matriks resiprokal berikut:

$$\begin{array}{c} E \quad F \quad G \\ A = \begin{array}{c} E \\ F \\ G \end{array} \begin{bmatrix} 1 & 1/7 & 9 \\ 7 & 1 & 3 \\ 1/9 & 1/3 & 1 \end{bmatrix} \end{array}$$

Membacanya/membandingkannya, dari kiri ke kanan.

B. Perhitungan Consistency Index (CI) dan Consistency Ratio (CR)

Consistency Index (CI) merupakan tingkat konsistensi seseorang didalam memberikan jawaban terhadap suatu elemen didalam masalah.

Rumus *consistency index* (CI) adalah sebagai berikut :

$$CI = \frac{\lambda_{maks} - n}{n - 1}$$

Keterangan :

λ_{maks} : Nilai maksimum dari nilai eigen matrik yang bersangkutan.

n : Ukuran matriks.

Nilai CI tidak akan berarti jika tidak terdapat patokan untuk menyatakan apakah CI menunjukkan suatu matrik yang konsisten.

Tabel 4 Nilai Indeks Random

Ukuran Matriks	Indeks Random (Inkonsistensi)
1,2	0,00
3	0,58
4	0,90
5	1,12
6	1,24
7	1,32
8	1,41
9	1,45
10	1,49
11	1,51
12	1,48
13	1,56
14	1,57

15	1,59
----	------

Perbandingan CI dan RI untuk menentukan tingkat konsistensi suatu matrik didefinisikan *Consistency Ratio* (CR), yang dinyatakan dalam rumus sebagai berikut :

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

Keterangan :

CI : *Consistency Index*

RI : *Random Index*

Untuk model AHP matrik perbandingan dapat diterima jika nilai rasio inkonsistensi ≤ 0.1 . Jika tidak, berarti penilaian yang telah dibuat mungkin dilakukan secara random dan perlu direvisi.

BAB III

PENTINGNYA PENGEMBANGAN PRODUK UNGGULAN PERDESAAN

A. Pendahuluan

Industri Kecil Menengah (IKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam mendorong ekonomi nasional. Hal ini dapat dibuktikan pada saat terjadinya krisis ekonomi sejak tahun 1997, industri manufaktur hanya tumbuh 5,3 % dan bahkan mengalami kontraksi sebesar -11,4 % (Kuncoro, 2007). Ketika itu, industri besar dalam hal ini industri manufaktur mengalami penurunan jumlah yang cukup signifikan, sebaliknya industri kecil yang sebagian besar didominasi oleh sektor non formal mengalami peningkatan.

Pemerintah menyadari betapa perannya industri kecil terhadap peningkatan ekonomi masyarakat, sehingga pengembangannya dijadikan salah satu program pembangunan yang sangat penting untuk dilaksanakan dari mulai pusat sampai daerah. Sebagai bagian terkecil dari pemerintahan adalah wilayah perdesaan menjadi bagian penting yang merupakan tonggak awal munculnya usaha/industri kecil. Potensi dan kreatifitas masyarakat merupakan cikal bakal tumbuhnya industri kecil yang

mampu menompang perekonomian di perdesaan sampai ke skala nasional.

Identifikasi produk unggulan merupakan tahap awal dalam perencanaan pembangunan ekonomi lokal. Analisis potensi ekonomi lokal terkait dengan keberadaan sektor riil yang perlu dikembangkan agar dapat tumbuh dengan pesat sangat penting dilakukan. Sehingga, sektor yang memiliki keunggulan dengan baik, diharapkan dapat mendorong pertumbuhan sektor ekonomi lainnya.

Wilayah perdesaan sebagai bagian terpenting yang merupakan tempat bertumbuhnya usaha-usaha kecil merupakan prioritas yang harus diperhatikan untuk dikembangkan. Pengembangan potensi dan keunggulan wilayah harus dilakukan agar usaha kecil dapat tumbuh berkembang dengan baik dan terarah. Sehingga akan memperkuat ekonomi masyarakat di perdesaan.

Komunitas Ekonomi Kreatif Desa Pusakasari merupakan kelompok usaha-usaha kreatif wilayah perdesaan yang terdiri dari berbagai jenis usaha. Pertumbuhan usaha pada komunitas tersebut cukup baik. Namun demikian pemerintah desa saat ini belum bias mengidentifikasi jenis usaha unggulan dan produk unggulan yang akan dijadikan prioritas untuk dikembangkan. Dengan adanya produk unggulan desa,

maka pengembangan terhadap usaha kecil akan lebih mudah dan terarah .

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis-jenis produk yang merupakan produk unggulan wilayah desa pusakasari. Idenifikasi terhadap krieria produk unggulan dan strategi pengembangannya akan dilakukan untuk menentukan variable utama yang merupakan produk unggulan desa. Sehingga akan menjadi bagian dari rencana pembangunan desa pada bagian sektor ekonomi dan pemberdayaan.

Penelitian yang akan dilakukan merupakan identifikasi dan analisis terhadap usaha kecil, untuk mengetahui jenis produk unggulan yang dapat dikembangkan di wilayah perdesaan. Sehingga dengan teridentifikasinya faktor unggulnya usaha kecil, dapat dengan mudah dilakukan pengembangan terhadap usaha kecil yang potensial. Selain itu strategi dalam mengembangkan usaha kecil tersebut dapat diketahui, sehingga prioritas usaha unggulan wilayah perdesaan dapat diketahui yang nantinya sebagai dasar dalam mengangkatnya ke program peningkatan ekonomi pada rencana pembangunan desa.

Potensi produk unggulan wilayah perdesaan yang telah teridentifikasi dapat menjadi ikon desa yang akan lebih mudah diterima oleh konsumen, sehingga dapat

tumbuh dan berkembang dengan cepat. Disamping itu pula, pemerintahan desa akan terfokus dalam pengembangan potensi ekonomi wilayahnya hanya pada produk unggulan desa

B. Tujuan yang Hendak di Capai

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui factor produk unggulan desa pada usaha ekonomi kreatif di Desa Pusakasari, yang akan menjadi dasar dalam menentukan produk unggulan desa. Selain itu, produk unggulan yang telah teridentifikasi akan ditentukan strategi pengembangannya. Sehingga diharapkan produk unggulan desa ini dapat meningkatkan ekonomi masyarakat desa pusakasari serta menjadikan desa pusakasari semakin maju.

Target dari penelitian ini secara khusus adalah dapat diketahuinya strategi pengembangan produk unggulan desa pada usaha ekonomi kreatif di desa pusakasari agar dapat menjadi produk ikon desa serta penompang ekonomi masyarakat.

Temuan yang ditargetkan dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan produk unggulan desa dengan menggunakan metode AHP dan SWOT. Penelitian dilakukan dengan berdasar pada factor-faktor yang

menjadikan produk unggulan di desa pusakasari melalui pengambilan data dari responden dengan instrument kuesioner.

BAB IV

PROSES PEMECAHAN MASALAH

Penelitian ini dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah. Dalam tahap identifikasi masalah ini, pada awalnya penulis mencoba untuk memahami situasi dan kondisi yang terjadi dengan mempertimbangkan kendala dan tuntutan yang seharusnya dilakukan oleh Usaha Kecil tersebut sehingga dapat diketahui metode apa yang tepat untuk dipakai dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, pokok permasalahan yang harus dipecahkan adalah bagaimana mencari solusi yang baik untuk mengembangkan produk unggulan wilayah perdesaan pada usaha kecil ekonomi kretatif sehingga bias menjadi potensi lokal yang unggul dan meningkatkan taraf ekonomi masyarakat.
2. Menetapkan Tujuan Penelitian, Memberikan informasi dan solusi mengembangkan produk usaha kecil di wilayah perdesaan yang diprioritaskan dan unggul.
3. Menyusun kriteria produk unggulan wilayah perdesaan di Desa Pusakasari dan di analisis dengan metode *Cochran Q Test*.