

Potensi Usaha Hanjeli Berbasis Sumber Daya Lokal di Desa Waluran Mandiri Kecamatan Waluran Kabupaten Sukabumi

Ciptalia Septerika¹, Amalia Nur Milla², Neneng Kartika Rini³

^{1,2} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sukabumi
Alamat Email : ciptaliasepterika20@ummi.ac.id

ABSTRACT

*This study aims to examine the business potential of job's tears (*Coix lacryma-jobi* L.) based on local resources in Waluran Mandiri Village, Waluran Subdistrict, Sukabumi Regency. The research employed a qualitative method through field observation, interviews, and documentation with five key informants, including farmers, entrepreneurs, product processors, agricultural extension officers, and village officials. The findings reveal that the village's agroclimatic conditions and land characteristics are suitable for cultivating job's tears, although challenges such as climate fluctuations and pests remain. In terms of human resources, the community has traditionally cultivated job's tears, yet most still rely on conventional methods, limiting productivity. Local institutions such as the Job's Tears Tourism Village (DWH) and the Job's Tears House play significant roles in product processing, training, and tourism-based promotion. The marketing aspect also indicates a transition from conventional systems toward digital and tourism-based strategies. Therefore, job's tears hold promising prospects to be developed as a leading commodity through institutional strengthening, human resource capacity building, and adaptive marketing strategies.*

Keywords: *job's tears, local resources, business potential, agribusiness development*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji potensi usaha hanjeli (*Coix lacryma-jobi* L.) berbasis sumber daya lokal di Desa Waluran Mandiri, Kecamatan Waluran, Kabupaten Sukabumi. Metode yang digunakan adalah kualitatif melalui observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi dengan lima informan kunci, yaitu petani, pelaku usaha, pengolah produk, penyuluh pertanian, dan aparat desa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi agroklimat dan lahan desa mendukung budidaya hanjeli meskipun masih terdapat kendala iklim dan hama. Dari sisi sumber daya manusia, masyarakat telah mengenal hanjeli secara turun-temurun, namun sebagian masih menggunakan cara tradisional sehingga produktivitas belum optimal. Keberadaan kelembagaan lokal seperti Desa Wisata Hanjeli (DWH) dan Rumah Hanjeli berperan penting dalam pengolahan produk, pelatihan, serta promosi berbasis wisata. Aspek pemasaran juga menunjukkan pergeseran dari pola konvensional ke arah digital dan berbasis pengalaman wisata. Dengan demikian, hanjeli memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan sebagai komoditas unggulan melalui penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas SDM, dan strategi pemasaran yang adaptif.

Kata kunci: hanjeli, sumber daya lokal, potensi usaha, pengembangan agribisnis

I. Pendahuluan

Pemanfaatan potensi lokal kini menjadi fokus utama dalam pembangunan ekonomi desa. Banyak wilayah pedesaan yang memiliki sumber daya alam dan budaya pertanian yang khas, namun belum dimanfaatkan secara optimal. Salah satu cara untuk mengembangkan potensi ini adalah dengan mengangkat kembali tanaman lokal yang memiliki nilai ekonomi dan gizi tinggi. Tanaman semacam ini biasanya lebih mudah tumbuh di lingkungan setempat dan dapat dijadikan alternatif pangan yang sehat serta bernilai jual. Dalam konteks ini, salah satu tanaman yang potensial untuk dikembangkan adalah hanjeli (*Coix lacryma-jobi L.*), yang tidak hanya dikenal sebagai pangan tradisional, tetapi juga mulai dipertimbangkan sebagai pangan fungsional bernilai tinggi (Suyadi 2020). Hanjeli merupakan tanaman sereal tropis yang telah lama tumbuh di berbagai wilayah di Indonesia, termasuk di Jawa Barat. Tanaman ini mengandung protein, kalsium, dan serat dalam jumlah yang lebih tinggi dibandingkan beras, sehingga memiliki keunggulan sebagai sumber pangan sehat (Adelina et al. 2025). Selain dikonsumsi langsung, biji hanjeli juga dapat diolah menjadi berbagai bentuk produk seperti tepung, makanan ringan, tape, hingga kerajinan tangan, menjadikannya komoditas yang tidak hanya bernilai gizi tetapi juga bernilai ekonomi tinggi (Syamsuri, Hafsah, and Alang 2022).

Salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam budidaya dan pengembangan hanjeli adalah Desa Waluran Mandiri, Kecamatan Waluran, Kabupaten Sukabumi. Secara geografis, wilayah ini didominasi oleh lahan kering dan iklim tropis dengan curah hujan tinggi, yang sangat sesuai untuk pertumbuhan hanjeli. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dan kajian sebelumnya, lahan-lahan marginal yang tersedia di desa ini sangat memungkinkan untuk budidaya tanaman hanjeli secara alami dan berkelanjutan (Setiawan et al. 2020).

Selain potensi alam, sumber daya manusia (SDM) di Desa Waluran Mandiri juga menjadi aspek penting dalam pengembangan usaha hanjeli. Sebagian masyarakat telah mengenal hanjeli secara turun-temurun, dan mulai mengolahnya menjadi produk bernilai tambah seperti rengginang hanjeli, tape, hingga sabun dan aksesoris. Meski demikian, masih banyak petani yang hanya menjual hanjeli dalam bentuk gabah dengan harga rendah, akibat keterbatasan pengetahuan teknis, minimnya pelatihan, dan rendahnya akses pasar (Hamsal et al. 2025). Namun demikian, potensi SDM di desa ini mulai terlihat berkembang seiring munculnya kelompok-kelompok yang secara konsisten mengembangkan usaha berbasis hanjeli. Kelompok tersebut dapat pula disebut sebagai lembaga penggerak, seperti Kelompok Desa Wisata Hanjeli yang berperan dalam promosi dan edukasi wisata, maupun Kelompok Tani Wani yang aktif dalam budidaya sekaligus pengembangan produk olahan hanjeli. Keberadaan lembaga-lembaga ini tidak hanya memperkuat kapasitas masyarakat, tetapi juga menjadi motor penggerak dalam mendorong inovasi, meningkatkan nilai tambah produk, serta memperluas jejaring pemasaran, sehingga prospek pengembangan hanjeli di Desa Waluran Mandiri semakin terbuka.

Aspek pemasaran menjadi salah satu faktor yang justru mulai memberikan peluang dalam pengembangan usaha hanjeli di tingkat lokal. Kehadiran lembaga-lembaga pengembangan usaha menjadikan potensi pemasaran hanjeli semakin terbuka, terutama dengan datangnya wisatawan desa yang tertarik pada produk berbasis hanjeli. Kelompok Desa Wisata Hanjeli, misalnya, telah membangun Rumah Hanjeli sebagai pusat display produk sekaligus ruang promosi yang mampu menarik perhatian pengunjung. Selain itu, lembaga ini juga siap membeli hasil panen hanjeli dari petani, sehingga memberikan kepastian pasar yang lebih jelas. Dengan begitu, petani tidak hanya bergantung pada penjualan tradisional, tetapi juga memiliki akses pemasaran yang lebih terjamin dan berkelanjutan.

Dengan memperhatikan potensi sumber daya alam, kapasitas masyarakat, dan peluang pasar, pengembangan hanjeli di Desa Waluran Mandiri memiliki prospek yang sangat baik jika dilakukan secara terarah dan berkelanjutan. Diperlukan pendekatan menyeluruh yang mencakup optimalisasi

sumber daya alam, penguatan kapasitas SDM, serta perumusan strategi pemasaran yang adaptif terhadap era digital. Hal ini sejalan dengan gagasan pembangunan wilayah berbasis potensi lokal yang menekankan sinergi antara masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi desa yang inklusif dan berdaya saing tinggi (Susanti and Erlin Kurniati 2025). Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji potensi usaha hanjeli berbasis sumber daya lokal di Desa Waluran Mandiri, agar dapat dijadikan sebagai dasar perencanaan pengembangan agribisnis lokal yang inovatif dan berkelanjutan.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menggali potensi pengembangan usaha hanjeli di Desa Waluran Mandiri, Kecamatan Waluran, Kabupaten Sukabumi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara terstruktur, dan dokumentasi, dengan subjek penelitian terdiri dari petani hanjeli, pelaku usaha, serta aparat/lembaga terkait. Pemilihan responden dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu dengan memilih informan yang dianggap paling mengetahui informasi yang dibutuhkan (Moleong 2019). Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer (hasil wawancara, observasi, dokumentasi) dan data sekunder (literatur seperti jurnal dan buku). Variabel utama dalam penelitian ini adalah potensi pengembangan usaha hanjeli, yang dianalisis berdasarkan aspek sumber daya alam, sumber daya manusia dan pemasaran.

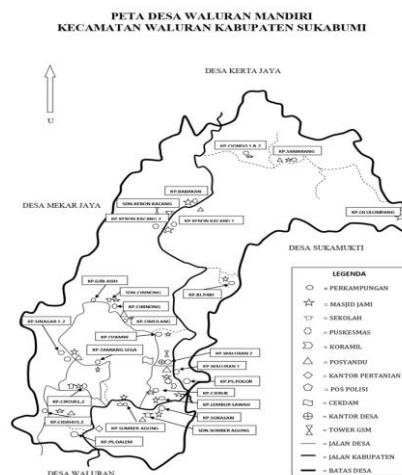
Analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Proses analisis dilakukan secara terus menerus sejak tahap awal pengumpulan data hingga data dianggap mencukupi untuk menjawab fokus penelitian. Menurut Miles dan Huberman dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D yang ditulis oleh (Sugiyono 2022) analisis data dalam penelitian kualitatif terdiri dari tiga tahapan utama yang berlangsung secara siklus, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan serta verifikasi kesimpulan. Tahap reduksi data dilakukan dengan memilah, menyaring, dan menyederhanakan informasi yang diperoleh, untuk kemudian difokuskan pada hal-hal yang relevan dengan permasalahan penelitian. Informasi yang tidak berkaitan disingkirkan, sedangkan data yang memiliki keterkaitan dirangkum agar lebih mudah dianalisis secara mendalam. Setelah itu, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk naratif, tabel, diagram, atau visual lain yang mendukung, dengan tujuan memudahkan peneliti dalam memahami struktur data serta mengidentifikasi pola atau keterkaitan antar informasi. Tahap akhir dari analisis ini adalah penarikan kesimpulan yang didasarkan pada hasil temuan di lapangan. Kesimpulan dirumuskan sebagai jawaban terhadap rumusan masalah atau sebagai gambaran dari temuan penting lainnya. Untuk memastikan keabsahan hasil, dilakukan verifikasi secara menyeluruh agar kesimpulan yang ditarik benar-benar didukung oleh data yang tersedia. Untuk menjamin keabsahan data digunakan triangulasi teknik, yaitu membandingkan data yang diperoleh dari satu sumber melalui beberapa metode berbeda. Dengan pendekatan ini, diharapkan potensi lokal hanjeli dapat tergambar secara objektif dan mendalam guna mendukung strategi pengembangan yang tepat.

Dengan demikian, metode kualitatif yang diterapkan dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang utuh dan komprehensif mengenai kondisi aktual potensi pengembangan usaha hanjeli di Desa Waluran Mandiri. Melalui kombinasi teknik pengumpulan data yang beragam, proses analisis yang sistematis, serta uji keabsahan data yang ketat, penelitian ini tidak hanya berupaya menjawab rumusan masalah, tetapi juga memberikan dasar yang kuat bagi perumusan rekomendasi strategi pengembangan yang relevan, berkelanjutan, dan berbasis pada potensi lokal yang dimiliki oleh masyarakat setempat.

III. Hasil

Gambaran Umum Wilayah Penelitian

Desa Waluran Mandiri terletak di wilayah timur Kecamatan Waluran, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Desa ini memiliki luas wilayah 2.114 hektar yang terdiri atas 700 hektar lahan basah dan 1.414 hektar lahan darat. Topografi desa berupa dataran rendah dengan ketinggian sekitar 400 meter di atas permukaan laut. Secara geografis, letaknya cukup strategis karena berbatasan langsung dengan beberapa desa lain yang juga mengembangkan sektor pertanian. Berdasarkan hasil observasi dan konfirmasi melalui wawancara dengan aparat desa, diketahui bahwa Desa Waluran Mandiri terbagi ke dalam empat dusun, yakni Kebon Kacang, Waluran, Cibirong, dan Cidahu, dengan populasi penduduk mencapai kurang lebih 5.000 jiwa.



Gambar 1. Peta wilayah Desa Waluran Mandiri

Sebagian besar masyarakat menggantungkan hidup dari pertanian, baik sebagai petani lahan sendiri maupun buruh tani. Dalam beberapa tahun terakhir, desa ini juga mulai menggagas branding sebagai Desa Wisata Hanjeli, yang bertujuan mengintegrasikan potensi pertanian dengan kegiatan wisata edukatif berbasis komoditas lokal. Berdasarkan hasil konfirmasi dari perangkat desa, status Waluran Mandiri masih tergolong sebagai Desa Berkembang menurut klasifikasi Indeks Desa Membangun (IDM), yang menunjukkan adanya peluang besar untuk peningkatan ekonomi melalui pemanfaatan potensi alam dan budaya lokal.

Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai lima informan utama yang memiliki keterlibatan langsung dalam kegiatan produksi, pengolahan, pemasaran, dan pendampingan usaha hanjeli. Pemilihan informan dilakukan secara *purposive*, dengan mempertimbangkan pengetahuan, pengalaman, dan peran aktif mereka dalam rantai nilai hanjeli. Informan pertama adalah pelaku pengolahan hanjeli yang telah mengembangkan berbagai produk turunan, baik makanan seperti rengginang dan tape, maupun non-makanan seperti sabun dan aksesoris. Informan kedua merupakan pelaku promosi dan distribusi produk hanjeli, yang juga berperan dalam pengembangan branding desa wisata. Informan ketiga adalah petani hanjeli yang sudah menanam hanjeli secara turun-temurun, dan memahami praktik budidaya secara teknis dan kontekstual. Informan keempat berasal dari Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Waluran yang selama ini terlibat dalam pendampingan kelompok tani dan pengembangan kapasitas petani. Kemudian informan ke lima merupakan kepala

desa waluran yang memiliki peran dalam memberikan arahan terkait kebijakan serta memfasilitasi upaya pengembangan potensi hanjeli di desa tersebut. Seluruh informasi yang digunakan dalam penyusunan hasil penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan para informan tersebut, sehingga temuan-temuan yang disajikan merefleksikan kondisi aktual yang terjadi di lapangan.

Potensi Sumber Daya Alam

Berdasarkan penuturan informan dari BPP dan petani hanjeli, kondisi alam Desa Waluran Mandiri dinilai sangat ideal untuk budidaya tanaman hanjeli. Lahan yang luas, curah hujan yang moderat, serta suhu yang relatif stabil sepanjang tahun menjadi faktor pendukung utama tumbuhnya hanjeli dengan baik. Hal ini di dukung pula oleh posisi geografis desa yang berada di dataran rendah dengan karakteristik tanah yang tidak mudah tergenang dan terpapar sinar matahari dalam intensitas sedang hingga tinggi.



Gambar 2. Tanaman hanjeli di Desa Waluran Mandiri

Informan dari balai penyuluh pertanian menegaskan bahwa waupun potensi sangat besar, pengelolaan yang optimal belum tercapai karen sebagian besar masyarakat masih belum menanam hanjeli dalam skala besar. Luas lahan yang digunakan sebagian besar masih bersifat pribadi dan tersebar, sementara kepemilikan lahan dalam skla besar justru banyak dimiliki oleh pihak luar desa. Selain itu berdasarkan keterangan dari petani, sebagian besar budidaya hanjeli dilakukan secara pribadi. Faktor pemupukan juga menjadi penentu keberhasilan budidaya hanjeli di wilayah ini. Petani hanjeli menyebutkan bahwa penggunaan pupuk dasar seperti pupuk handang dan tambahan pupuk NPK sangat penting untuk mendukung pertumbuhan hanjeli. Salain itu tanaman hanjeli tidak memerlukan banyak perawatan. Namun demikian, tantangan tetap ada yang berasal dari faktor iklim dan hama seperti hewan babi. Panen tahun 2025 data menunjukkan adanya penurunan produksi hanjeli. Tercatat bahwa hasil produksi hanjeli yang sebelumnya dapat mencapai 16 ton pada 2024 kemudian terjadi penurunan menjadi 10 ton pada 2025.

Tabel 1. Data produksi hanjeli (Gabungan wilayah Jampang)

Tahun	Jumlah produksi (ton)
2022	±10 Ton
2023	±15 Ton
2024	±16 Ton
2025	±10 Ton

Praktik tumpangsari menjadi bagian dari startegi petani untuk mengatasi resiko gagal panen. Menurut petani, penanaman hanjeli umumnya dilakukan dengan cara tumpangsari bersama tanaman lain seperti padi, kacang, jagung, maupun cabe. Hal ini bertujuan untuk mengoptimalkan lahan sekaligus memanfaatkan waktu tunggu panen hanjeli yang relatif panjang, yaitu sekitar lima hingga enam bulan.

Potensi Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) memiliki peran yang sangat menentukan dalam pengembangan usaha hanjeli. SDM tidak hanya dipahami sebagai ketersediaan tenaga kerja, melainkan juga mencakup keterampilan, pengetahuan serta tingkat keterlibatan masyarakat dalam kegiatan budidaya, pengolahan, hingga pemasaran. Hasil wawancara dengan para informan menunjukkan bahwa keterlibatan sumber daya manusia lokal dalam pengembangan hanjeli masih perlu diperkuat. Meskipun masyarakat mengenal hanjeli sejak lama, sebagian besar masih mempraktikkan budidaya secara tradisional berdasarkan pengalaman pribadi tanpa didukung oleh pelatihan atau pendampingan teknis. Petani KH, misalnya, menjelaskan bahwa ia belajar menanam hanjeli secara mandiri tanpa pernah mengikuti pelatihan formal. Penyuluh pertanian dari BPP juga mengonfirmasi bahwa sebagian besar petani di desa ini sebelumnya bekerja sebagai buruh di sektor perkebunan, sehingga pola pikir mereka masih terbiasa pada sistem kerja upah harian yang cepat menghasilkan. Sementara budidaya hanjeli menuntut kesabaran dan proses yang relatif panjang. Namun demikian di sisi lain, terdapat beberapa kelompok yang mulai menunjukkan inisiatif untuk mengembangkan hanjeli secara lebih serius, terutama mereka yang tergabung dalam kegiatan Desa Wisata Hanjeli (DWH) yang berperan sebagai pusat pengolahan produk turunan hanjeli, dan pusat promosi. Melalui DWH masyarakat mendapat pelatihan pengolahan produk, seperti dodol, rengginang, sabun dan aksesoris. Keberadaan Rumah Hanjeli juga mendukung produktivitas melalui fungsi produksi kolektif, display berbagai produk olahan hanjeli, dan wisata edukasi bagi pengunjung.



Gambar 3. Rumah hanjeli di Desa Waluran Mandiri

Namun, secara umum tingkat partisipasi masyarakat dalam budidaya hanjeli masih rendah, terutama karena belum adanya jaminan pasar yang kuat dan kepastian keuntungan yang dapat diterima petani secara langsung.

Aspek Pemasaran

Wawancara dengan pelaku usaha hanjeli menunjukkan bahwa sistem pemasaran yang berjalan saat ini masih bersifat sederhana dan cenderung pasif. Petani umumnya hanya menjual hasil panen berupa gabah kepada pelaku usaha pengolahan dengan harga yang telah ditentukan. Harga jual hanjeli bervariasi tergantung jenisnya, di mana hanjeli ketan memiliki nilai jual tertinggi, diikuti hanjeli batok, sedangkan hanjeli batu lebih banyak digunakan untuk kerajinan dan dijual berdasarkan bentuk dan ukurannya. Informan dari pelaku usaha pengolahan, menyampaikan bahwa menjual hanjeli dalam bentuk produk olahan memberikan keuntungan jauh lebih besar dibanding menjual dalam bentuk mentah. Produk-produk olahan yang sudah dikembangkan antara lain rengginang, tape, brownies, sabun, dan aksesoris.



Gambar 4. Produk olahan makanan hanjeli



Gambar 5. Produk hanjeli non-pangan

Produk ini kemudian dijual melalui berbagai saluran distribusi, termasuk penjualan langsung di desa, bazar, serta promosi melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Selain itu, strategi pemasaran melalui konsep desa wisata juga mulai diterapkan. Ketika ada kunjungan wisata, pengunjung tidak hanya diperkenalkan dengan produk olahan hanjeli, tetapi juga diajak melihat langsung proses produksinya. Dengan demikian, pemasaran tidak hanya berbasis produk, tetapi juga berbasis pengalaman dan edukasi. Konsep ini dinilai berhasil menarik minat konsumen sekaligus memperkuat citra hanjeli sebagai produk khas daerah.

IV. Pembahasan

Sumber Daya Alam

Pemanfaatan sumber daya alam dalam pengembangan komoditas lokal seperti hanjeli di Desa Waluran Mandiri sangat potensial. Wilayah ini berada pada ketinggian sekitar 400 meter di atas permukaan laut (mdpl) dengan kategori dataran menengah, sesuai dengan syarat tumbuh hanjeli varietas ketan yang ideal tumbuh pada 400–1000 mdpl (Suarni et al. 2023). Iklim tropis dengan suhu rata-rata 20–30°C serta curah hujan tahunan 2.000–3.000 mm menjadi faktor pendukung utama pertumbuhan serealia tropis ini. Kondisi agroklimat tersebut diperkuat oleh pernyataan Koordinator BPP Waluran yang menegaskan bahwa secara geografis dan iklim, Waluran merupakan kawasan yang cocok untuk pengembangan hanjeli.

Secara ekologis, karakter tanah di desa ini cenderung kering namun stabil dengan drainase cukup baik, sehingga sesuai dengan fisiologis hanjeli yang lebih toleran terhadap kondisi marginal dibandingkan padi atau jagung. Petani maupun penyuluh yang diwawancarai juga menegaskan bahwa hanjeli tetap dapat tumbuh meskipun dalam kondisi lahan kering, sebagaimana ditegaskan oleh Kadapi et al. (2023) bahwa benih hanjeli mampu bertahan pada cekaman air rendah. Hal ini menunjukkan keunggulan hanjeli sebagai tanaman alternatif di lahan marginal.

Namun, potensi tersebut masih menghadapi hambatan. Produksi hanjeli di Desa Waluran Mandiri menunjukkan fluktuasi tajam dari tahun ke tahun. Data wawancara menunjukkan hasil panen tahun 2022 sekitar ± 10 ton, meningkat menjadi ± 16 ton pada 2024, namun kembali turun menjadi ± 10

ton pada 2025. Salah satu penyebabnya adalah faktor iklim ekstrem seperti angin kencang yang mengakibatkan bunga hanjeli rontok sebelum berbuah. Kondisi ini sesuai dengan temuan Malau et al. (2023) dan Sapanli et al. (2021) bahwa perubahan iklim dan cuaca ekstrem berdampak signifikan terhadap produktivitas serealia tropis, sehingga diperlukan strategi adaptasi agroklimat yang lebih terencana.

Dari sisi teknis budidaya, masyarakat Waluran Mandiri membudidayakan tiga jenis hanjeli sesuai ketinggian lahan: hanjeli ketan (400–1000 mdpl), hanjeli batok (± 200 mdpl), dan hanjeli batu (0–10 mdpl) yang umumnya dimanfaatkan untuk kerajinan tangan. Sistem tanam yang dominan digunakan adalah tumpangsari dengan komoditas lain seperti jagung, kacang tanah, padi gogo, dan cabe. Pola ini dianggap menguntungkan karena mengoptimalkan lahan dan memberikan hasil tambahan sambil menunggu masa panen hanjeli yang mencapai lima hingga enam bulan. Akan tetapi, praktik ini membatasi volume produksi hanjeli secara agregat, sebagaimana ditegaskan Utami dan Febimeliani (2022) bahwa tumpangsari memang efisien namun mengurangi produktivitas komoditas utama dibandingkan monokultur.

Pengolahan tanah untuk hanjeli biasanya diawali dengan pembersihan gulma, pencangkulan, dan pembuatan bedengan sederhana. Kondisi tanah yang telah lama digunakan untuk palawija menyebabkan tingkat kesuburan menurun, sehingga petani mengandalkan pupuk kandang dan NPK sebagai pupuk dasar. Temuan ini sejalan dengan Suarni et al. (2023) yang menyebutkan bahwa hanjeli tumbuh optimal di tanah lempung berpasir dengan pH 6–8 serta ketersediaan unsur hara yang baik.

Dalam hal benih, sebagian besar petani masih menggunakan benih tradisional hasil panen sebelumnya. Untuk luasan satu hektar dibutuhkan sekitar 50 kg benih, sehingga keterbatasan ketersediaan benih menjadi kendala bila ingin melakukan ekspansi budidaya. Sistem perbenihan modern dan lebih terstruktur masih diperlukan agar kontinuitas budidaya terjaga. Dari segi pengairan, petani tidak memberikan perlakuan intensif karena hanjeli relatif tahan kering, tetapi pada awal tanam biasanya dilakukan penyiraman tambahan untuk mempercepat perkecambahan.

Meskipun demikian, tantangan budidaya hanjeli tidak hanya pada faktor alam, tetapi juga pada aspek teknis seperti serangan hama serta minimnya teknologi adaptif untuk menghadapi iklim ekstrem. Kondisi ini menunjukkan bahwa walaupun Desa Waluran Mandiri memiliki kesesuaian agroekosistem yang tinggi, pengembangan hanjeli belum sepenuhnya optimal karena pola budidaya masih bersifat semi-komersial dan kurang terorganisir.

Secara keseluruhan, potensi sumber daya alam Desa Waluran Mandiri mendukung hanjeli sebagai komoditas unggulan lokal. Namun untuk menjadikan hanjeli lebih adaptif sekaligus kompetitif, perlu adanya perbaikan dalam sistem budidaya yang meliputi pengolahan tanah, perbenihan, pemupukan, pengairan, serta mitigasi risiko iklim. Jika penguatan kelembagaan pertanian dan penerapan teknologi adaptif dapat dimobilisasi secara kolektif, maka Waluran Mandiri berpeluang besar berkembang sebagai sentra produksi hanjeli yang berkelanjutan.

Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) merupakan aspek vital dalam pengembangan usaha hanjeli di Desa Waluran Mandiri. SDM di sini tidak hanya dipahami sebagai ketersediaan tenaga kerja pertanian, melainkan juga mencakup kapasitas pengetahuan, keterampilan, serta peran aktif masyarakat dalam sistem kelembagaan lokal. Temuan penelitian menunjukkan bahwa SDM menjadi elemen kritis yang berpotensi menentukan arah dan keberhasilan pengembangan hanjeli, sekaligus menyimpan tantangan struktural yang tidak ringan.

Sebagian besar petani memperoleh pengetahuan budidaya hanjeli secara turun-temurun tanpa pendampingan teknis atau pelatihan formal. Seorang petani menyebutkan bahwa semua informasi terkait waktu tanam, pemupukan, hingga penanganan pascapanen ia pelajari secara otodidak, tanpa

pernah mengikuti pelatihan khusus. Hal ini mengindikasikan bahwa transmisi pengetahuan masih bersifat informal dan bergantung pada pengalaman individual. Pengetahuan tradisional memang memiliki nilai kearifan lokal, namun pada saat yang sama membatasi ruang inovasi dan respons terhadap tantangan produksi modern.

Selain faktor pengetahuan, pola pikir masyarakat juga menjadi tantangan tersendiri. Sebagaimana diungkapkan oleh penyuluh pertanian, banyak warga yang sebelumnya bekerja sebagai buruh perkebunan lebih terbiasa dengan sistem kerja berbasis upah harian dibandingkan dengan sistem usaha tani mandiri yang menuntut perencanaan jangka panjang dan menghadapi ketidakpastian hasil. Kondisi ini menegaskan pentingnya transformasi budaya agraris. Effendi et al.(2021) menyatakan bahwa keberhasilan transformasi ekonomi lokal berbasis pertanian sangat tergantung pada sejauh mana masyarakat mampu merespons perubahan melalui adaptasi sosial, termasuk kesediaan belajar hal baru, membentuk kelompok usaha, dan berani mengambil risiko usaha.

Namun demikian, di tengah keterbatasan tersebut terdapat kekuatan penting yang dapat menjadi katalisator pengembangan SDM, yakni keberadaan kelembagaan lokal seperti Desa Wisata Hanjeli (DWH). DWH tidak hanya berfungsi sebagai wadah promosi wisata berbasis komoditas hanjeli, tetapi juga menjadi pusat pelatihan, edukasi, produksi, dan pemasaran yang berbasis komunitas. Melalui DWH, masyarakat khususnya kelompok wanita tani (KWT) dilatih untuk mengolah hanjeli menjadi produk bernilai tambah seperti rengginang, tape, dodol, tepung hanjeli, bubur hanjeli, sabun, dan kerajinan dari hanjeli batu. Di bawah naungan DWH juga berdiri Rumah Hanjeli, sebuah fasilitas produksi kolektif sekaligus ruang edukasi dan display produk yang mempertemukan petani dengan konsumen. Kehadiran kelembagaan ini memperlihatkan bagaimana masyarakat tidak hanya berperan sebagai petani, tetapi juga sebagai pelaku industri rumah tangga dan pengelola kegiatan wisata. Pandangan ini sejalan dengan Nurida et al. (2024) yang menekankan bahwa kelembagaan lokal berperan strategis dalam membangun literasi pertanian modern.

Selain DWH, dukungan dari pemerintah desa juga menjadi faktor penting. Kepala Desa Waluran Mandiri menuturkan bahwa pihak desa telah menyusun rencana perluasan budidaya hanjeli dengan memanfaatkan lahan hutan yang dapat dikelola warga. Pemerintah desa juga turut memfasilitasi pembangunan infrastruktur seperti jalan dan drainase, sementara BPP Waluran berperan dalam memberikan bimbingan dasar budidaya meskipun intensitasnya masih terbatas. Meski demikian, sebagian petani belum sepenuhnya terlibat aktif karena belum adanya jaminan pasar yang pasti. Seorang penyuluh bahkan menegaskan bahwa kepastian pasar merupakan syarat utama agar petani mau mengembangkan hanjeli secara berkelanjutan.

Di sisi lain, hasil penelitian juga menunjukkan adanya segelintir pelaku usaha muda yang mulai menerapkan pendekatan baru, seperti pemanfaatan media sosial untuk promosi, diversifikasi produk, hingga pengemasan modern. Mereka menjadi motor penggerak yang dapat dijadikan pionir dalam pembangunan ekonomi berbasis hanjeli. Fenomena ini konsisten dengan studi oleh Supu et al. (2022) yang menekankan pentingnya mendorong *agent of change* lokal, terutama generasi muda desa, untuk menjadi jembatan antara tradisi dan modernitas dalam sektor pertanian.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengembangan SDM dalam usaha hanjeli di Desa Waluran Mandiri masih menghadapi tantangan serius, terutama terkait keterbatasan akses pelatihan teknis, rendahnya intensitas penyuluhan, serta resistensi pola pikir terhadap usaha tani mandiri. Namun, keberadaan kelembagaan lokal seperti DWH dan Rumah Hanjeli, serta munculnya pelaku muda yang adaptif terhadap teknologi dan pasar, menunjukkan bahwa transformasi sosial-ekonomi berbasis komoditas lokal tetap memiliki peluang besar untuk berkembang. Ke depan, pemberdayaan SDM tidak cukup hanya berfokus pada transfer pengetahuan, tetapi juga perlu membangun ekosistem pembelajaran yang inklusif dan berkelanjutan dengan melibatkan pemerintah, perguruan tinggi, dan mitra swasta agar potensi hanjeli sebagai produk unggulan desa benar-benar dapat dimaksimalkan secara sosial dan ekonomis.

Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu aspek kunci yang menentukan keberlanjutan usaha hanjeli di Desa Waluran Mandiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran produk hanjeli berada dalam tahap transisi menuju pola yang lebih inovatif dan terstruktur. Pada tingkat petani, sebagian besar hasil panen masih dijual dalam bentuk gabah mentah dengan nilai ekonomi relatif rendah. Hanjeli ketan dan batok dijual dengan harga Rp.6.000–Rp.6.500/kg, sedangkan hanjeli batu yang digunakan untuk kerajinan memiliki nilai jual lebih tinggi, yakni mencapai Rp.25.000/kg. Namun, penjualan dalam bentuk bahan mentah ini belum memberikan nilai tambah maksimal bagi petani. Hal ini sejalan dengan pendapat Gultom (2020) yang menekankan bahwa produk pertanian sebaiknya diolah terlebih dahulu agar memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi.

Menurut hasil wawancara, petani hanjeli masih cenderung menjual gabah langsung kepada pelaku pengolahan. Pola pemasaran ini mencerminkan terbatasnya penguasaan rantai nilai oleh petani sebagai produsen utama. Meski demikian, transformasi mulai terlihat, khususnya dari generasi muda desa yang mulai mengadopsi strategi digital dalam memasarkan produk olahan hanjeli. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp untuk mempromosikan berbagai produk olahan hanjeli menjadi langkah awal menuju perluasan pasar dan penguatan merek lokal. Temuan ini sejalan dengan pendapat Waluyo (2022) yang menyatakan bahwa strategi digital marketing mampu meningkatkan visibilitas dan daya saing produk agribisnis lokal di era revolusi industri 4.0.

Lebih jauh, Desa Waluran Mandiri melalui Desa Wisata Hanjeli (DWH) mulai mengembangkan pemasaran berbasis pengalaman (*community-based marketing*). Pengunjung tidak hanya membeli produk, tetapi juga dilibatkan dalam proses edukasi mengenai hanjeli, mulai dari budidaya hingga pengolahan. Strategi ini membangun hubungan emosional antara konsumen dan produk, sehingga memperkuat loyalitas dan nilai tambah. Konsep ini sejalan Mayangsari et al. (2018) yang menegaskan bahwa pemasaran berbasis komunitas dengan pendekatan narasi dan keterlibatan sosial efektif dalam membangun identitas produk lokal.

Dalam konteks bauran pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion), strategi DWH mencakup pengembangan produk olahan hanjeli, penetapan harga yang kompetitif, pemanfaatan lokasi strategis berbasis wisata, serta promosi melalui media daring. Produk hanjeli kini tidak hanya dipasarkan sebagai bahan mentah, tetapi juga diolah menjadi beras hanjeli, tepung hanjeli, dodol, minuman, kerupuk, hingga produk non-pangan seperti sabun, gelang, kalung, dan tasbih (Khairunnisa 2022). Berdasarkan hasil wawancara, rata-rata 400–500 unit produk dapat terjual setiap bulan. Kelembagaan Rumah Hanjeli yang berada di bawah DWH juga memperkuat pemasaran dengan menjadi pusat produksi dan display produk. Strategi ini menunjukkan bahwa pemasaran hanjeli tidak hanya mengandalkan aspek komersial, tetapi juga mengoptimalkan nilai edukatif sebagai daya tarik utama (Saragih et al. 2023).

Diversifikasi produk menjadi faktor penting lain dalam pengembangan pasar. Pelaku usaha menginformasikan bahwa produk olahan seperti brownies, sabun hanjeli, dan aksesoris dari biji hanjeli memiliki pasar yang lebih spesifik dengan nilai jual lebih tinggi dibandingkan gabah mentah. Diversifikasi ini membuka peluang segmentasi pasar dan menjangkau konsumen urban yang lebih peduli pada produk bernilai budaya dan kesehatan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Perwita dan Saptana 2020) bahwa inovasi produk lokal berperan besar dalam peningkatan nilai ekonomi dan keberlanjutan usaha agribisnis rumah tangga.

Namun demikian, tantangan masih dihadapi dalam aspek pasokan bahan baku, distribusi, dan akses permodalan. Untuk memenuhi permintaan pasar, sebagian pelaku usaha bahkan harus membeli gabah hanjeli dari desa sekitar. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun potensi pasar cukup besar, dukungan produksi dan distribusi masih terbatas. Oleh karena itu, peran kelembagaan seperti

kelompok tani, KWT, dan DWH menjadi sangat penting. Mereka tidak hanya berperan sebagai pelaku pemasaran, tetapi juga sebagai fasilitator pelatihan, distribusi, dan pengembangan produk. Putra et al. (2023) mengungkapkan bahwa integrasi desa digital berbasis produk lokal sebagai fondasi ekonomi komunitas, serta Prathevi et al. (2023) yang menegaskan pentingnya dukungan eksternal dalam pelatihan manajemen usaha dan jaringan mitra dagang.

Selain itu, keberadaan sumber daya alam berupa varietas hanjeli yang beragam dan adaptif di Desa Waluran Mandiri menjadi modal penting untuk menjamin ketersediaan bahan baku. Desa ini berkontribusi sekitar 40% dari total produksi hanjeli wilayah Pajampangan, terutama hanjeli ketan dan batok sebagai bahan pangan, serta hanjeli batu untuk kerajinan. Potensi ini memperkuat identitas desa sebagai sentra hanjeli di Sukabumi. Dengan mempertimbangkan keterpaduan antara sumber daya alam, kapasitas sumber daya manusia, dan dukungan kelembagaan, sistem pemasaran hanjeli dapat diarahkan pada strategi holistik. Seperti dinyatakan Wijaya et al. (2024) penguatan branding, kualitas kemasan, sertifikasi produk, serta pengelolaan rantai pasok yang berkelanjutan merupakan kunci untuk membangun sistem pemasaran yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga berkelanjutan secara sosial dan kultural.

V. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa hanjeli memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai komoditas unggulan di Desa Waluran Mandiri. Kondisi sumber daya alam desa dinilai sesuai untuk budidaya hanjeli meskipun masih menghadapi tantangan iklim dan hama. Dari sisi sumber daya manusia, masyarakat sudah mengenal hanjeli secara turun-temurun, namun sebagian besar masih menggunakan metode tradisional sehingga produktivitas belum optimal. Keberadaan kelembagaan lokal seperti Desa Wisata Hanjeli (DWH) dan Rumah Hanjeli berperan penting dalam memperkuat kapasitas masyarakat melalui pelatihan, pengolahan produk, dan promosi berbasis wisata. Sementara itu, aspek pemasaran menunjukkan adanya pergeseran dari sistem konvensional menuju strategi yang lebih inovatif melalui diversifikasi produk, pemanfaatan media digital, serta integrasi dengan wisata edukasi, sehingga memberikan peluang besar bagi pengembangan agribisnis hanjeli secara berkelanjutan. Penelitian ini masih terbatas pada jumlah informan yang sedikit dan data produksi yang belum terdokumentasi secara lengkap. Selain itu, fokus kajian lebih menekankan pada potensi sumber daya alam, SDM, dan pemasaran, sehingga belum mencakup analisis ekonomi secara mendalam.

VI. Saran

Untuk mendukung pengembangan hanjeli di Desa Waluran Mandiri, diperlukan peningkatan kapasitas petani melalui pelatihan dan penyuluhan rutin, serta penguatan kelembagaan lokal agar lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar. Kolaborasi antara pemerintah desa, lembaga penyuluhan, perguruan tinggi, dan pelaku usaha perlu ditingkatkan guna menjamin keberlanjutan produksi dan pemasaran. Selain itu, pemanfaatan strategi digital dan wisata edukasi perlu terus dikembangkan agar produk hanjeli memiliki daya saing lebih tinggi, sementara penelitian selanjutnya disarankan menambahkan analisis ekonomi dan rantai nilai untuk melengkapi kajian potensi yang ada..

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh narasumber yang telah bersedia memberikan informasi dan waktu dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing dan seluruh pihak yang telah memberikan arahan dan dukungannya.

Daftar Pustaka

- Adelina, Nadya Mara, Lukman Aziz, A'immatul Fauziyah, Khezia Mevera, and Nesia Odnikana Salmatyanti. 2025. "Karakteristik Kimia, Sifat Fungsional, Dan Prediksi Indeks Glikemik Tepung Komposit Berbasis Hanjeli (Coix Lacryma-Jobi) Termodifikasi." *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Sains dan Teknologi* 10(1):97. doi: 10.36722/sst.v10i1.3290.
- Effendi, Midiansyah, Firda Juita, and Veronika Elkana. 2021. "Peran Penyuluh Pertanian Lapangan Terhadap Tingkat Kepuasan Petani Di Wilayah Kerja Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Barong Tongkok." *Jurnal Pertanian Terpadu* 9(1):66–80. doi: 10.36084/jpt.v9i1.309.
- Gultom, Angga Wibowo. 2020. "Pengembangan Potensi Sumber Daya Alam Di Desa Ulak Pandan Kabupaten Ogan Komering Ulu." *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(1):36–46. doi: 10.51622/pengabdian.v1i1.65.
- Hamsal, H., H. Hidayat, A. Sukri, and ... 2025. "Pendampingan Pengembangan Sumberdaya Manusia Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Rambah Hilir Kec. Rambah Hilir Kabupaten Rokan" *ARSY: Jurnal Aplikasi ...* 6(1):61–65.
- Kadapi, Muhamad, Rasya Aurelia Pratomo, and Tati Nurmala. 2023. "Kualitas Fisiologis Benih Hanjeli (Coix Lacryma-Jobi L.) Pada Beberapa Taraf Cekaman Salinitas." *Jurnal Agrum* 20(4):313–19.
- Khairunnisa, Citra Melati. 2022. "Pemasaran Digital Sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper." *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis* 5(1):98. doi: 10.47201/jamin.v5i1.109.
- Malau, Leo Rio Ependi, Khoiru Rizqy Rambe, Nur Arifatul Ulya, and Arly Getha Purba. 2023. "Dampak Perubahan Iklim Terhadap Produksi Tanaman Pangan Di Indonesia." *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan* 23(1):34–46. doi: 10.25181/jppt.v23i1.2418.
- Mayangsari, Ira Dwi, Arlin Ferlina Moch. Trenggana, Dini Salmiyah Fithrah Ali, and Fatimah Abdillah. 2018. "Marketing Strategy of Organic Products in Bandung: Farmer Community, Product Innovation and Social Media." *International Journal of Engineering & Technology* 7(4.38):1286–91. doi: 10.14419/ijet.v7i4.38.27807.
- Moleong, Lexy J. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. edited by E. Revisi. Remaja Rosdakarya.
- Nurida, Nurida, Evahelda, and Rostiar Sitorus. 2024. "Peran Penyuluh Pertanian Dalam Pendampingan Petani Milenial." *Jurnal Penyuluhan* 20(01):84–95. doi: 10.25015/20202444448.
- Perwita, Atika Dyah, and NFN Saptana. 2020. "Peran Wirausaha Pertanian Dalam Menghadapi Era Disrupsi Inovasi." *Forum Penelitian Agro Ekonomi* 37(1):41. doi: 10.21082/fae.v37n1.2019.41-58.
- Prathevi, Nikita Nindya, Nenden Rani Rinekasari, and Yoyoh Jubaedah. 2023. "Pelatihan Kerajinan Limbah Tanaman Hanjeli Khas Wisata Geopark Ciletuh." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 7(2):1595. doi: 10.31764/jmm.v7i2.13858.
- Putra, Dyan Triana, Idam Wahyudi, Rissa Megavitry, and Asep Supriadi. 2023. "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Pemasaran Hasil Pertanian: Kelebihan Dan Tantangan Di Era Digital." *Jurnal Multidisiplin West Science* 2(08). doi: 10.58812/jmws.v2i08.590.
- Sapanli, Kastana, Nabila Nur Septiani, Sahaya Aulia Azzahra, Zulfani Rahmah Izzati Putri, Lailatun

- Nikmah, and Izumi Risma Ayuka. 2021. "Analisis Nilai Indeks Keberlanjutan Usaha Tani Hanjeli Di Desa Waluran Mandiri Sukabumi Dengan Metode Raphanjeli." *Jurnal Pengelolaan Lingkungan Berkelanjutan (Journal of Environmental Sustainability Management)* 5(3):736–47.
- Saragih, Liharman, Muhamad, Korosando, Annisa Indah Mutiasari, Andayani, Riko Herdiansah, Rahmat Hartono, and Amruddin. 2023. *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran*. edited by P. T. Cahyono. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Setiawan, Iwan Rizal, Indra Griha Tofik Isa, Siska Hestiana, and Ashrul Tsani. 2020. "Kampung Eduwisata Hanjeli Di Desa Waluran Mandiri Kabupaten Sukabumi." *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang* 5(3):300–311. doi: 10.26905/abdimas.v5i3.4382.
- Suarni, Muhammad Aqil, Nining Nurini Andayani, Suwardi, and Roy Efendi. 2023. "Taksonomi Dan Asal Usul Tanaman Hanjeli." P. 7 in *Hanjeli Teknologi Budidaya dan Pascapanen Menunjang Diversifikasi Pangan*. PT. Nas Media Indonesia.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 2nd ed. ALFABETA.
- Supu, Rahmat, Yanti Saleh, and Yuliana Bakari. 2022. "Peran Kelompok Tani Padi Sawah Di Desa Poowo Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango." *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis* 6(3):164–71. doi: 10.37046/agr.v6i3.16134.
- Susanti, and Erlin Kurniati. 2025. "Analisis Pengembangan Wilayah Berbasis Potensi Lokal Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Daerah Di Provinsi Lampung." *Jurnal Ilmu Ekonomi* 4(1):274–97. doi: 10.59827/jie.v4i1.224.
- Suyadi. 2020. *Jelai (Coix Lacryma-Jobi L.) Bahan Pangan Pokok Alternatif Dan Fungsional*. CV Budi Utama.
- Syamsuri, Hafsa, and Hasria Alang. 2022. "Peluang Wirausaha Diversifikasi Olahan Pangan Tradisional Berbasis Kearifan Lokal Oleh Suku Mandar Di Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat, Indonesia." *Agro Bali : Agricultural Journal* 5(2):313–21. doi: 10.37637/ab.v5i2.959.
- Utami, Esty Puri, and Sekar Febimeliani. 2022. "Teknik Budidaya Tumpangsari Buncis Kenya (Phaseolus Vulgaris L.) Di Gapoktan Lembang Agri." *Media Agribisnis* 6(1):1–10. doi: 10.35326/agribisnis.v6i1.1369.
- Waluyo, Tri. 2022. "Digital Marketing Strategy for Local Agribusiness Products in Indonesia." *Jurnal Sosial Sains Dan Komunikasi* 1(01):64–71. doi: 10.58471/ju-sosak.v1i01.539.
- Wijaya, Etistika, Nabila Rizqiullah, and Ferdiansyah Ferdiansyah. 2024. "Workshop KKNT: Strategi Branding Digital Untuk Rintisan Desa Wisata Krampon, Sampang." *Jurnal Pengabdian Sosial* 1(10):1602–10. doi: 10.59837/094ehy42.