

# **PENDEKATAN *ONE VILLAGE ONE PRODUCT* (OVOP) UNTUK MENINGKATKAN KREATIVITAS UMKM DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**

Oleh:

Rusnandari Retno Cahyani<sup>1)</sup>

E-mail: [nandaretno@yahoo.com](mailto:nandaretno@yahoo.com)

<sup>1)</sup>Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi & Manajemen Universitas Sahid Surakarta

## **ABSTRACT**

*One Village One Product (OVOP) is a regional development program approach that aims to promote the economic and community welfare. OVOP program started in 2008 through the Ministry of industry and the year 2010 through the Ministry of Cooperatives and SMEs that aims to improve industrial potency or small and medium enterprises in Indonesia, including Surakarta with batik potency and waste recycling craft. This study aims to evaluate the implementation of OVOP in Surakarta which had started in 2012 and make recommendations for stakeholders and regional governments. In addition, the importance of Government consistency and the participation of Micro Small Medium Enterprises (UMKM) in Implementing and monitoring the program also should paid attentions of providing human resources, raw materials and capital, institutional and business network, processing technology, packing, brand and product marketing. Finally, OVOP program is expected to increase micro small medium enterprises (UMKM) creativity and Community welfare.*

**Keywords:** *Batik, craft, OVOP, creative, SMEs.*

## PENDAHULUAN

Pendekatan *One Village One Product* (OVOP) mulai dikembangkan oleh Morihiko Hiramatsu, seorang mantan pejabat MITI yang terpilih menjadi Gubernur Oita pada tahun 1979. Masa jabatannya di Oita selama 6 periode (1979-2003) digunakan dengan sebaik-baiknya untuk mengentaskan kemiskinan warganya dengan menerapkan ide konsep pembangunan wilayah serta mengembangkan potensi daerah dengan melibatkan tokoh masyarakat, dan masyarakat itu sendiri sehingga termotivasi bangkit dan membangun daerahnya menjadi daerah yang makmur serta mensejahterakan masyarakat.

Pendekatan OVOP merupakan upaya untuk mengurangi gap kegiatan pembangunan di kota dan pedesaan dengan mengembangkan ekonomi rakyat berbasis potensi *local*, mengembangkan produk yang mampu bersaing di pasar global dengan tetap menekankan pada nilai tambah lokal dan mendorong semangat menciptakan kemandirian masyarakat. Pada awalnya OVOP dicanangkan sebagai kebijakan dalam rangka mengatasi masalah depopulasi yang disebabkan generasi muda yang meninggalkan daerah asalnya dan menyebabkan lesunya industri setempat. Selain itu, konsepsi yang ditekankan dalam program ini, bahwa yang penting bukan hanya kemakmuran dari segi ekonomi (*Gros National Product*), tetapi juga kepuasan batin (*Gros National Satisfaction*) masyarakat setempat.

Definisi OVOP di Indonesia dari Deputy Menteri Bidang Pengkajian Sumberdaya UKM Kementerian Koperasi dan UKM RI adalah merupakan upaya pemerintah untuk meningkatkan nilai tambah produk unggulan daerah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam wadah koperasi atau UKM.

Menurut Prayudi (2008), latar belakang munculnya OVOP ada tiga yaitu: pertama, adanya konsentrasi dan kepadatan populasi di perkotaan sebagai akibat pola urbanisasi dan menimbulkan menurunnya populasi penduduk di pedesaan. Kedua, untuk dapat menghidupkan kembali gerakan dan pertumbuhan ekonomi di pedesaan, maka perlu dibangkitkan suatu roda kegiatan ekonomi yang sesuai dengan skala dan ukuran pedesaan dengan cara memanfaatkan potensi dan kemampuan yang ada didesa tersebut serta melibatkan para tokoh masyarakat setempat. Ketiga, mengurangi ketergantungan masyarakat desa yang terlalu tinggi terhadap pemerintah daerah maupun pemerintah pusat.

Pendekatan *One Village One Product* (OVOP) sejak tahun 2006 mulai dipelajari dan diadopsi oleh berbagai negara, khususnya di Asia. OVOP diterapkan pada umumnya untuk menyelesaikan permasalahan kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi antara desa dan kota di negara-negara Asia. Selain itu, OVOP juga mulai dipelajari oleh negara-negara di Afrika terutama sebagai salah satu solusi bagi daerah-daerah miskin yang masih sangat bergantung pada pemerintah pusatnya. Pada bagian ini dipaparkan mengenai penerapan OVOP di negara-negara Asia yang telah dimulai lebih dulu dibandingkan dengan OVOP di Indonesia. Negara-negara yang mengadopsi OVOP di Asia diantaranya adalah Thailand (*One Tambon One Product*), Taiwan (*One Town One Product*), Malaysia (Satu Distrik Satu Industri), Filipina (*One Town One Product*), dan Kamboja (*One Village One Product*).

Penerapan OVOP di Indonesia dilaksanakan melalui program Kementerian Perindustrian sejak tahun 2008 untuk mengembangkan potensi industri kecil dan menengah pada berbagai sektor, termasuk di antaranya sektor kerajinan. Sepuluh wilayah yang dipilih oleh Pemerintah untuk dikembangkan dengan pendekatan OVOP yaitu: Purwakarta (gerabah/keramik hias), Tasikmalaya (anyaman), Pekalongan (tenun dan anyaman akar wangi), Boyolali (kerajinan tembaga), Bantul (gerabah/keramik hias), Kulonprogo (anyaman),

Bangli (anyaman bambu), Tabanan (gerabah/keramik hias), Lombok Barat (gerabah/keramik hias), dan Lombok Tengah (anyaman rotan).

Tiga prinsip gerakan OVOP, yaitu: *local* tapi global yakni pengembangan pendekatan ovop bertujuan untuk meningkatkan, mengembangkan dan memasarkan produk yang bisa menjadi sumber kebanggaan masyarakat setempat. Terutama yang bisa dipasarkan baik didalam maupun di luar negeri. Sehingga tercapai tujuan *local* tapi global. Kemandirian dan kreativitas agar masyarakat mampu bangkit dan kreatif. Yang terakhir adalah pengembangan sumberdaya manusia yaitu pemerintah daerah.

Dalam penelitian Meirina, et al., (2012) aspek-aspek penentu keterlaksanaan OVOP adalah sebagai berikut: tujuan pelaksanaan, inisiator OVOP, sumber pendanaan, tahap-tahap pelaksanaan, bentuk partisipasi dalam menentukan produk unggulan, desain dan desainer, bentuk pendampingan dan jalur pemasaran. Sedangkan, menurut Patrisina *et al.* (2011), OVOP dalam sepuluh tahun terakhir berkembang hampir di seluruh dunia, dan produk-produknya mendapat respon cukup besar dari *buyers* di setiap negara. Konsep OVOP mengutamakan produk unik yang ada di setiap daerah dan keunikan tersebut menyangkut kultur budaya, lingkungan, bahan baku, pengerjaan, dan proses produksinya. Keberhasilan dan kekurangan pelaksanaan program OVOP, OTOP, dan sebagainya dapat dipelajari sebagai bahan yang sangat berharga untuk mengadaptasi atau menciptakan program sejenis di Indonesia.

Tahapan perluasan pengembangan OVOP di Indonesia.

**Tabel: 1**  
**Tahapan Perluasan Pengembangan OVOP**

<b>Tahun Pertama(Koordinasi) Tahun 2010</b>		
<b>Tahun</b>	<b>No</b>	<b>Peran</b>
2010	1	Identifikasi potensi yang diusulkan daerah untuk dikembangkan dengan pendekatan OVOP
	2	Rapat koordinasi dan evaluasi penetapan lokasi pengembangan
	3	Penyusunan rencana tindak pengembangan OVOP di masing-masing lokasi/daerah potensi yang ditetapkan
	4	Identifikasi peran koperasi dan UKM utama (Champion) di daerah potensi yang di tetapkan.
	5	Sosialisasi konsep pengembangan OVOP di lokasi terpilih
	6	Tindak Lanjut rencana aksi yang sudah ditetapkan yang mungkin dilakukan pada tahun pertama
<b>Tahun Kedua(Kerjasama) Tahun 2011</b>		
2011	1	Peningkatan nilai tambah produk unggulan melalui industry pengolahan/prosesing( <i>value Chain</i> )
	2	Peningkatan akses pasar produk yang dihasilkan melalui temu usaha/business matching serta promosi produk: local, nasional dan internasional
	3	Peningkatan Supply chain produk unggulan OVOP
	4	Peningkatan kapasitas SDM melalui pendampingan, penyuluhan, pelatihan, dan study banding.
<b>Tahun Ketiga(Kelanjutan) Tahun 2012</b>		
2012	1	Peningkatan nilai tambah produk unggulan melalui industry pengolahan( <i>Value Chain</i> )
	2	Peningkatan akses pasar produk yang dihasilkan melalui temu usaha serta promosi produk; local, nasional dan Internasional
	3	Peningkatan supply chain produk unggulan OVOP
	4	Peningkatan kapasitas SDM melalui pendampingan, penyuluhan, pelatihan, dan study banding.
<b>Tahun Keempat(Peningkatan berkelanjutan) Tahun 2013</b>		
2013	1	Peningkatan dan perluasan pendampingan komunitas masyarakat local sesuai dengan potensi ekonomi daerah
	2	Peningkatan nilai tambah produk unggulan melalui industry pengolahan dan packaging
	3	Peningkatan promosi ekonomi masyarakat secara menyeluruh(budaya, produk dan potensi alam) di tingkat Provinsi
	4	Peningkatan promosi produk unggulan OVOP secara nasional dan internasional( <i>fairs, events, festival</i> )
<b>Tahun Kelima(Lanjutan) Tahun 2014</b>		
2014	1	Peningkatan dan perluasan pendampingan komunitas masyarakat local sesuai dengan potensi ekonomi daerah
	2	Peningkatan nilai tambah produk unggulan melalui industry pengolahan dan packaging
	3	Peningkatan promosi ekonomi masyarakat secara menyeluruh(budaya, produk dan potensi alam) di tingkat Provinsi
	4	Peningkatan promosi produk unggulan OVOP secara nasional dan internasional( <i>fairs, events, festival</i> )

Sumber: Diolah dari Kementerian Koperasi dan UKM RI

**PEMBAHASAN**

## **OVOP di Kota Surakarta**

Sentra dan produk OVOP ditentukan sesuai dengan kriteria wilayah (desa atau kecamatan) yang dapat diusulkan sebagai sentra OVOP adalah: Pertama, wilayah yang mempunyai potensi sumberdaya unggulan (sumberdaya alam sebagai bahan baku, keterampilan masyarakat atau lainnya) yang dapat diolah dan dikembangkan menjadi barang/produk bernilai tambah tinggi berorientasi ekspor dan sekurang-kurangnya mempunyai 1 perusahaan utama/UMKM utama atau terbesar kapasitas produksinya dalam mengolah sumberdaya di wilayahnya dan bersedia menjadi penggerak masyarakat untuk menumbuhkan usaha baru sejenis di sekitarnya dan 3 perusahaan/UMKM lain bimbingannya yang memproduksi barang sejenis yang mengolah dan mengembangkan potensi sumberdaya unggulan wilayahnya. Kedua, wilayah yang masyarakatnya telah melakukan kegiatan produksi barang/produk yang sama/sejenis (sentra IKM) yang dapat dikembangkan lagi menjadi produk yang bernilai tambah lebih tinggi berorientasi ekspor dan sekurang-kurangnya terdapat 10 perusahaan/UMKM yang memproduksi produk sejenis. Ketiga, produk yang diproduksi tersebut memiliki keunikan dan kearifan lokal atau sejarah yang dinilai dari aspek bahan baku dan/atau keterampilan lokal maupun budaya lokal. Keempat, sejauh mana komitmen dan fasilitasi pemerintah daerah terhadap pengembangan produk IKM yang di kerjakan masyarakat. Kelima, memiliki pengurus sentra yang dapat berupa kelompok usaha, KUB, koperasi, paguyuban, asosiasi, dll. Keenam, sentra OVOP yang diusulkan daerah (kabupaten/kota) diharapkan sudah sesuai dengan Perda RUTR (Rencana Umum Tata Ruang) masing-masing. Ketujuh, ketersediaan bahan baku di daerah setempat. Kedelapan, kemudahan akses ke lokasi sentra untuk dicapai transportasi umum.

Hasil seleksi Dinas Koperasi dan UMKM kota Surakarta untuk rintisan program OVOP di kota Surakarta pada tahun 2012 adalah batik di wilayah Kauman Surakarta yang juga memiliki organisasi pengusaha batik, yakni paguyuban kampung wisata batik kauman (PKWBK), sedangkan OVOP pada tahun 2013 yaitu kerajinan olahan limbah koran yang berlokasi di Sambi Kadipiro. UMKM pengrajin olahan limbah koran bernaung dalam paguyuban bina usaha mandiri (BUM).

Dinas Koperasi dan UMKM kota Surakarta untuk rintisan dan binaan OVOP memiliki tujuan pembinaan dan fasilitasi pembinaan. Tujuan pembinaan sentra OVOP yaitu mengembangkan produk unggulan dan unik hingga mencapai kualitas yang semakin baik, meningkatkan jumlah pengusaha dan perajin dalam sentra, dan menyiapkan perusahaan untuk memiliki ijin usaha. Sedangkan untuk fasilitasi pembinaan sentra OVOP, yakni pemberian pendidikan dan pelatihan, pemberian bantuan sarana produksi, serta keikutsertaan dalam promosi dan pemasaran (pameran, website, katalog).

Dalam melaksanakan pembinaan dan pengembangan sentra OVOP dan produk OVOP Dinas Koperasi dan UMKM memberikan pelatihan, pendampingan tenaga ahli, bantuan sarana usaha, promosi dan pameran, fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual (HKI), serta fasilitasi permodalan. Pelaksanaan promosi dan pameran untuk rintisan OVOP dengan melaksanakan promosi dan pameran sampai tingkat nasional, sedangkan fasilitasi permodalan untuk usaha batik Kauman PKWBK pada tahun 2012 kelembagaan koperasi yang ditunjuk adalah serikat dagang kauman (SDK) yang berdiri tahun 2012, merupakan koperasi serba usaha unit jasa keuangan syariah. Sedangkan, untuk koperasi yang di pilih untuk menaungi Program OVOP 2013 di sambu Kadipiro. Dana bantuan untuk memfasilitasi program OVOP

2013 belum dikurirkan sampai penelitian ini dilaksanakan.

Fasilitasi permodalan untuk usaha melalui koperasi, karena kelembagaan koperasi bermanfaat untuk memperkuat keberadaan kelompok sehingga mendapatkan kepastian hukum. Di bidang usaha, kelembagaan koperasi berfungsi untuk memediasi akses pembiayaan, memediasi akses produksi, memediasi akses pemasaran, dan memenuhi persyaratan pengucuran program pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.

Pelaksanaan program OVOP di Indonesia sebagai salah satu upaya untuk memajukan potensi usaha mikro kecil dan menengah di daerah, difokuskan hanya pada pengrajin dan pengusaha pada suatu daerah. Dengan mengambil pelajaran dari penerapan OVOP di berbagai negara, diharapkan penerapan OVOP di Indonesia akan menemukan bentuk yang sesuai dengan kebutuhan daerah. Dengan demikian, dapat diketahui kesesuaian antara konsep dasar OVOP dengan pelaksanaan OVOP yang dilaksanakan di Indonesia, baik secara teori maupun pelaksanaan di lapangan. Untuk menghasilkan produk atau jasa yang bernilai lokal dan dapat diterima secara global, dalam prinsip OVOP dilaksanakan dengan cara meningkatkan kualitas produk melalui proses pelatihan teknis peningkatan mutu produksi dan desain.

Tantangan dalam pengembangan OVOP:

1. Program ini sudah cukup berhasil di beberapa negara dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.
2. Program ini dapat mengikutsertakan seluruh masyarakat yang ada di daerah setempat.
3. Program OVOP dapat memberikan nilai tambah produk unggulan suatu daerah yang telah dilakukan oleh masyarakat setempat secara turun-temurun.
4. Program OVOP memerlukan komitmen dan keterlibatan seluruh komponen masyarakat setempat.

## **Rekomendasi**

1. Berdasarkan hasil evaluasi dan analisis yang telah dilakukan, rekomendasi yang dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk melaksanakan OVOP untuk mengembangkan potensi kerajinan dan batik di wilayah Indonesia. Rekomendasi yang dihasilkan sebagai berikut:
2. Dalam menentukan bentuk pembinaan yang akan diberikan kepada pengrajin, bukan hanya melalui analisa permasalahan yang kemudian didiskusikan di forum koordinasi, tetapi juga dengan mendengarkan aspirasi masyarakat terhadap hal-hal yang sebenarnya dibutuhkan untuk mengembangkan potensi yang dimiliki.
3. Menghindari pemberian dana yang sama rata kepada pengrajin atau pengusaha yang tidak memiliki kemauan dan motivasi untuk mandiri dengan pengrajin atau pengusaha yang memiliki keinginan kuat untuk mandiri dan pemberian melalui proses seleksi berdasarkan klasifikasi tertentu.
4. Pengrajin, pembatik dan pengusaha dibangun kesadarannya akan pentingnya menjadi mandiri bagi seluruh masyarakat, bukan hanya sekedar memajukan usahanya masing-masing. Perlu dibangun kesadaran akan, agar tidak lagi bergantung pada bantuan pemerintah dalam memajukan potensi yang telah mereka miliki.
5. Pengrajin (limbah koran dan batik) dan pengusaha dibangun kesadaran akan pentingnya terus berkreasi dalam mengembangkan potensi produk, baik secara desain maupun secara teknik produksi, dan tidak terus menerus tergantung pada desain yang

- diberikan pembeli.
6. Program pendampingan dititikberatkan pada pengembangan usaha tidak hanya limbah koran saja, tetapi semua unsur limbah. Peningkatan desain dan pendampingan diharapkan tidak terbatas pada proses pelatihan teknis saja, tetapi juga pendampingan oleh desainer profesional yang berfungsi sebagai desain dan konsultan.
  7. Pemerintah membantu bukan hanya membuka jalur pemasaran melalui pengikutsertaan produk pada pameran, tetapi juga menyediakan pasar, dengan bekerja sama dengan institusi pemerintahan lainnya atau pihak swasta.
  8. Pelaksanaan rangkaian program lebih efektif dalam setiap tahun dan tetap melaksanakan *monitoring* dan evaluasi.
  9. Memanfaatkan semua prinsip OVOP bukan hanya sebagai sebuah pendekatan untuk memajukan potensi UMKM, tetapi juga sebagai sebuah upaya untuk membangun suatu daerah yang mampu meningkatkan kreativitas UMKM dan menyejahterakan masyarakat.
  10. Melibatkan masyarakat daerah secara meluas dalam melakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dan masyarakat, agar seluruh masyarakat merasa memiliki dan terlibat dalam pelaksanaan program.
  11. Proses seleksi yang dilaksanakan harus lebih ketat dan bersifat fleksibel. Seleksi yang ketat berarti membuat sistem pengklasifikasian yang dapat menyeleksi pengrajin atau pengusaha yang memiliki keterampilan yang baik, manajemen usaha yang sehat, kemandirian, dan motivasi untuk maju dan memajukan masyarakatnya. Sementara seleksi yang bersifat fleksibel artinya proses seleksi dapat dilakukan berdasarkan pengajuan yang dilakukan oleh masyarakat. Artinya masyarakat yang merasa memenuhi persyaratan tersebut dapat mengajukan dirinya untuk diseleksi untuk mengikuti program OVOP.
  12. Proses seleksi akan menjadi motivasi bagi pengrajin maupun pengusaha untuk dapat terpilih. Sebagai *reward*, pengrajin dan pengusaha yang terpilih melalui proses seleksi akan dijadikan peserta yang menerima pembinaan dan bantuan dana melalui program OVOP.
  13. Bantuan dana dari program OVOP diharapkan tepat waktu dan adanya kejelasan jadwal bantuan dana bisa diterima anggota paguyuban.
  14. Materi pembinaan, jangka waktu, dan periode pelaksanaan OVOP disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing pengrajin atau pengusaha yang terpilih.
  15. Penyusunan program yang tidak hanya dititikberatkan pada pengembangan teknis produksi, desain dan pemasaran, tetapi juga harus dapat lebih membangun motivasi dan kesadaran masyarakat untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan potensi yang dimiliki dalam menghasilkan produk yang baik dan dapat bersaing di pasar global.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini memiliki hambatan dalam pengembangan OVOP di Surakarta, yaitu lemahnya koordinasi antar *stakeholder*, kurangnya kesadaran masyarakat akan potensi ekonomi yang ada di daerahnya, serta kurang memadainya dukungan dana pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.

Pengembangan UMKM dengan pendekatan OVOP bertujuan untuk meningkatkan efektifitas pembinaan secara terintegrasi dari para *stakeholder*. Diharapkan gerakan ini secara

cepat menumbuh-kembangkan berbagai potensi sumberdaya dan kearifan lokal daerah menjadi produk bernilai tambah tinggi, yang mampu bersaing dan mampu memasuki pasar global. Percepatan pengembangan UMKM sangat penting untuk meningkatkan kreativitas UMKM, pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, khususnya bagi para pelaku usaha UMKM di Indonesia. Dengan adanya program pendekatan OVOP yang saling bersinergi dan kerjasama yang kuat dalam mengembangkan OVOP untuk meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia dan diharapkan mampu meningkatkan kreativitas, inovasi UMKM serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

### DAFTAR PUSTAKA

Badrudin, Rudy. (2011). *Model Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah dengan One Village One Product Untuk Mengurangi Kemiskinan di Indonesia* , prosiding, ISBN 978 602 9018 66 00, 2012.

<http://www.tabloiddiplomasi.org>.

<http://ikm.kemenperin.go.id/publikasi/bOVOPb/tabid/99/language/en-US/Default.aspx>.

<http://www.depkop.go.id>.

Sugiharto,(2008), *Gerakan OVOP Sebagai Upaya Peningkatan Pembangunan Daerah*. Jakarta: Benchmark.

Triharini, Meirina, Dwinita Larasati, dan R. Susanto. (2012). “Pendekatan *One Village One Product* (OVOP) untuk Mengembangkan Potensi Kerajinan Daerah: Studi Kasus Kerajinan Gerabah di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta“, *ITB J. Vis. Art & Des*, Vol. 6, No. 1, 2012:28-41.