

**LAPORAN PENELITIAN
PENELITIAN MANDIRI
Tahun Anggaran 2014**



**MODEL PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH DENGAN *ONE VILLAGE ONE PRODUCT*
UNTUK MENGURANGI KEMISKINAN DI INDONESIA**

Peneliti:

Dr. Yahya Rahmana Hidayat, MURP

Pengusul:

Fakultas Ekonomi-Magister Administrasi Publik

UNIVERSITAS Esa Unggul Jakarta

2014

LEMBAR PENGESAHAN
PENELITIAN MANDIRI
TAHUN ANGGARAN 2014

1. **Judul: MODEL PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DENGAN ONE VILLAGE ONE PRODUCT UNTUK MENGURANGI KEMISKINAN DI INDONESIA**

2. **Ketua Peneliti:**

- a. Nama : Dr. Yahya Rahmana Hidayat
b. Jenis Kelamin : Laki-Laki
c. Pangkat/Golongan : Penata / III D
d. NIP : 0323036205
e. Jabatan sekarang : Lektor
f. Fakultas/Jurusan/Lembaga Penelitian : Ekonomi/MAP
g. Alamat Kantor/Telp./Fax/E-mail : Fakultas Ekonomi UEU
Jl. Terusan Arjuna, Tol Tomang,
Kebun Jeruk, Jakarta Barat 11510/
021-5674223 ext 358/
E-mail: yahya_rahmana @esaunggul.ac.id
h. Enumerator : Josephine R.

3. **Perguruan Tinggi**

: FE - Universitas Esa Unggul

4. **Jangka waktu penelitian**

: 1 tahun

Biaya 2012 yang diajukan ke UEU : Rp. 3.000.000,-

Total Biaya : Rp. 3.000.000,-

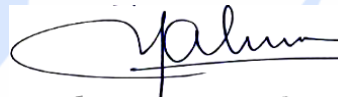
Jakarta, 28-07-2014

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Esa Unggul



Dr. MF. Arrozi, SE, M.Si, Akt
NIP. 19700903 200501 1001

Ketua Peneliti,



Dr. Yahya Rahmana Hidayat
NIDN. 0323036205

Menyetujui,
Ketua LPPM UEU,



Ari Anggarani WPT, SE, MM
NIK. 0201030159

MODEL PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DENGAN *ONE VILLAGE ONE PRODUCT* UNTUK MENGURANGI KEMISKINAN DI INDONESIA

Yahya Rahmana Hidayat

Magister Administrasi Publik, Universitas Esa Unggul, Jakarta

E-mail: yahya.rahmana@esaunggul.ac.id

ABSTRACT

This article explain about how to develop Small and Medium Enterprises (SME's) with One Village One Product (OVOP) to decrease poverty in Indonesia. The developing of SME's facing some problems namely lack of capital, difficulties in marketing, simple organizational structure with unstandard job description, low of quality management, limited human resource, generally it has no finanacial accounting, low of legality aspect, and low of technology quality. According to this matter, a comprehensive strategy for developing SME's is very crucial to develop in order to fasten SME's growth, to eliminate SME's problems, and to make SME's competitive. The interrelated elements under implementation the OVOP on developing SME requests willingness of all related parties of Triple Helix, from the Academician (A), Businessman (B), and Government (G). The working steps of OVOP for its application cover the selection of local specific product are identification of product strengths and associated constraints for increasing competitiveness for local and global market, application of product development (processing and marketing) for added value and income improvement, and implementation of evaluation for better future product and business performances. Base on developing SME's, the government can decrease poverty in Indonesia.

Keywords: SMEs, OVOP, triple helix, poverty

I. PENDAHULUAN

Gerakan *one village one product* (OVOP) diharapkan mampu meningkatkan kinerja ekonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat daerah khususnya masyarakat pedesaan.

OVOP atau satu desa satu produk adalah pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah unuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik sesuai khas daerah dengan memanfaatkan sumberdaya lokal. Satu desa sebagaimana dimaksud dapat diperluas menjadi kecamatan, kabupaten/kota, maupun kesatuan wilayah lainnya sesuai dengan potensi dan skala usaha secara ekonomis. OVOP merupakan salah satu pendekatan menuju klasterisasi produk-produk unggulan yang berskala mikro, kecil, dan menengah (UMKM) agar dapat berkembang dan mengakses pasar secara lebih luas, baik

lokal, nasional, maupun internasional. Dengan OVOP, akan tumbuh penyerapan tenaga kerja, dan mengurangi kemiskinan di desa sehingga mampu menahan laju urbanisasi dari desa ke kota. OVOP yang didesain dengan mengembangkan desa berdasarkan potensi desa yang unggul pada akhirnya akan meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi desa yang berkualitas, yaitu pertumbuhan ekonomi yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Setiap daerah mempunyai corak pertumbuhan ekonomi yang berbeda dengan daerah lain. Oleh karena itu, dalam perencanaan pembangunan ekonomi suatu daerah pertama-tama perlu mengenali karakter ekonomi, sosial, dan fisik daerah itu sendiri, termasuk interaksinya dengan daerah lain. Dengan demikian, tidak ada strategi pembangunan ekonomi daerah yang dapat berlaku untuk semua daerah. Namun di pihak lain, dalam menyusun strategi pembangunan ekonomi daerah, baik jangka pendek maupun jangka panjang, pemahaman mengenai teori pertumbuhan ekonomi wilayah yang dirangkum dari kajian terhadap pola-pola pertumbuhan ekonomi dari berbagai wilayah, merupakan satu faktor yang cukup menentukan kualitas rencana pembangunan ekonomi daerah (Darwanto, 2002).

Setiap usaha pembangunan ekonomi daerah mempunyai tujuan utama untuk meningkatkan jumlah dan jenis peluang kerja untuk masyarakat daerah. Dalam usaha untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintah daerah beserta masyarakatnya harus secara bersama-sama mengambil inisiatif pembangunan daerah. Oleh karena itu, pemerintah daerah beserta masyarakatnya dan dengan menggunakan sumberdaya-sumberdaya yang ada di daerah tersebut harus mampu menaksir potensi sumberdaya-sumberdaya yang diperlukan untuk merancang dan membangun perekonomian daerah (Kuncoro, 2010:19-24. Pendekatan alternatif terhadap teori pembangunan daerah telah dirumuskan untuk kepentingan perencanaan pembangunan ekonomi daerah. Pendekatan ini merupakan sistesis dan perumusan kembali konsep-konsep yang telah ada. Pendekatan ini memberikan dasar bagi kerangka pikir dan rencana tindakan yang akan diambil dalam konteks pembangunan ekonomi daerah.

Masalah pokok dalam pembangunan ekonomi daerah adalah terletak pada penekanan terhadap kebijakan-kebijakan pembangunan yang didasarkan pada kekhasan daerah yang bersangkutan dengan menggunakan potensi sumberdaya manusia,

kelembagaan, dan sumberdaya fisik secara lokal. Orientasi ini mengarahkan pada inisiatif yang muncul dari daerah tersebut dalam proses pembangunan untuk menciptakan kesempatan kerja baru dan merangsang peningkatan kegiatan ekonomi (Waluyo, 2007).

Setiap usaha pembangunan ekonomi mempunyai tujuan utama untuk meningkatkan jumlah dan jenis peluang kerja dalam usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Kusreni, 2009). Dalam usaha mencapai tujuan tersebut, pemerintah beserta masyarakat daerah harus secara bersama-sama mengambil inisiatif pembangunan daerah. Oleh karena itu, pemerintah beserta masyarakat daerah dengan menggunakan sumberdaya-sumberdaya yang ada di daerah harus mampu menaksir potensi sumberdaya-sumberdaya yang diperlukan untuk merancang dan membangun perekonomian daerah.

Pendekatan alternatif terhadap teori pembangunan daerah telah dirumuskan untuk kepentingan perencanaan pembangunan ekonomi daerah. Pendekatan ini merupakan sistesis dan perumusan kembali konsep-konsep yang telah ada. Pendekatan ini memberikan dasar bagi kerangka pikir dan rencana tindakan yang akan diambil dalam konteks pembangunan ekonomi daerah. Paradigma baru teori pembangunan ekonomi daerah ditunjukkan pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1
PARADIGMA BARU TEORI PEMBANGUNAN EKONOMI DAERAH

| Komponen | Konsep Lama | Konsep Baru |
|------------------------|--|---|
| Kesempatan Kerja | Semakin banyak perusahaan = semakin banyak peluang kerja | Perusahaan harus mengembangkan pekerjaan yang sesuai dengan kondisi penduduk daerah |
| Basis Pembangunan | Pengembangan sektor ekonomi | Pengembangan lembaga-lembaga ekonomi baru |
| Aset-Aset Lokasi | Keunggulan komparatif didasarkan pada aset fisik | Keunggulan kompetitif didasarkan pada kualitas lingkungan |
| Sumberdaya Pengetahuan | Ketersediaan angkatan kerja | Pengetahuan sebagai pembangkit ekonomi |

Sumber: Arsyad (2010:378).

Keinginan kuat dari pemerintah daerah untuk membuat strategi pengembangan ekonomi daerah dapat membuat masyarakat ikut serta membentuk bangun ekonomi daerah yang dicita-citakan. Dengan pembangunan ekonomi daerah yang terencana, pembayar pajak dan penanam modal juga dapat tergerak untuk mengupayakan peningkatan ekonomi.

Kebijakan pertanian yang tepat akan membuat pengusaha dapat melihat ada peluang untuk peningkatan produksi pertanian dan perluasan ekspor. Pembangunan ekonomi daerah perlu memberikan solusi jangka pendek dan jangka panjang terhadap isu-isu ekonomi daerah yang dihadapi serta perlu mengoreksi kebijakan yang keliru. Pembangunan ekonomi daerah merupakan bagian dari pembangunan daerah secara menyeluruh. Oleh karena itu, dalam mengembangkan ekonomi daerah perlu memperhatikan ekonomi wilayah dan merumuskan manajemen pembangunan daerah yang pro-bisnis (Darwanto, 2002).

Secara teoritis, strategi pengembangan ekonomi daerah melibatkan berbagai pemahaman mendasar tentang potensi dan peluang daerah dan berhubungan dengan peningkatan kapasitas para aparat daerah, wakil rakyat, pengusaha, dan warga daerah secara umum. Potensi *leadership* para pemimpin daerah dan kemampuan manajerial seorang pemimpin di birokrasi, parlemen, dan dunia usaha di daerah sampai pada kesiapan para *stakeholders* melaksanakan pembangunan daerah menjadi faktor dominan dalam kinerja pengembangan ekonomi daerah, khususnya pengurangan angka kemiskinan (Muafi *et al.*, 2009). Selama beberapa dekade, upaya penanggulangan kemiskinan dilakukan dengan penyediaan kebutuhan dasar seperti pangan, layanan kesehatan dan pendidikan, perluasan kesempatan kerja, pembangunan pertanian, pemberian dana bergulir melalui sistem kredit, pembangunan prasarana dan pendampingan, penyuluhan sanitasi, dan sebagainya. Berdasarkan serangkaian cara dan strategi penanggulangan kemiskinan tersebut, semuanya berorientasi material, sehingga keberlanjutannya sangat tergantung pada ketersediaan anggaran dan komitmen pemerintah. Di samping itu, tidak adanya tatanan pemerintahan yang demokratis menyebabkan rendahnya akseptabilitas dan inisiatif masyarakat untuk menanggulangi kemiskinan dengan cara mereka sendiri, sekalipun sudah berada dalam era Otonomi Daerah (Sulekale, 2003).

Menurut Pasaribu *et al.* (2011), mata rantai pembangunan daerah biasanya dimulai dengan adanya kebutuhan, ketersediaan sumber daya, dan keahlian yang didukung oleh kemampuan manajemen di daerah. Sementara perencanaan, pelaksanaan, serta monitoring dan evaluasi dipandang sebagai bagian lain yang menyatu dalam mata rantai pembangunan itu sendiri. Pola pembangunan seperti ini merupakan siklus arah program yang terintegrasi dan terancang untuk menghasilkan suatu tujuan dan sasaran tertentu. Dalam konteks pembangunan, suatu rancangan pengembangan memerlukan data, informasi, dan pengetahuan awal untuk menghasilkan rencana program yang baik dan tepat sasaran.

Mata rantai pembangunan daerah dalam konteks pembangunan perdesaan harus dimulai dengan memanfaatkan *database* yang mencakup data seperti pendekatan *One Village One Product* (OVOP). Pendekatan ini merupakan gerakan masyarakat yang mengembangkan potensi yang dimiliki daerah secara terintegrasi untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat sekaligus meningkatkan rasa percaya diri serta kebanggaan akan kemampuan sendiri dan daerahnya (Soemarno, 2011). Sebagai suatu pendekatan pembangunan dari dalam yang memanfaatkan sebesar-besarnya potensi wilayah sebagai modal dasar, maka masyarakat dari suatu daerah dapat mengembangkan kearifan lokal setempat dan mendorong berkembangnya *semi-secondary industry*. Hal ini memberikan pengertian bahwa masyarakat mengolah dan memberikan nilai tambah kepada produk-produk primer yang dihasilkannya. Dengan pemahaman seperti ini, kekuatan ekonomi Indonesia yang selama ini banyak tersembunyi di perdesaan diharapkan dapat terangkat, di antaranya dengan mengembangkan agro-industri dengan pendekatan OVOP.

Pendekatan OVOP pertama kali diperkenalkan dan dimulai oleh masyarakat perdesaan di Oita Prefecture, Jepang pada tahun 1979. Gerakan masyarakat yang tumbuh dari diri sendiri ini telah sangat berhasil meningkatkan pendapatan per kapita Jepang menjadi dua kali lipat dalam dua dekade. Keberhasilan tersebut kemudian menjadi contoh bagi sejumlah negara untuk mengembangkan potensi daerah dengan pola serupa (Maryanti, 2011:2). Beberapa negara yang sudah berhasil mengembangkannya 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*) (Triharini *et al.*, 2012). Di Thailand, *One Tambon One Product* (OTOP) yang diperkenalkan pemerintah Thailand sejak tahun 2001 dan dilaksanakan sepenuhnya tahun 2002 berhasil dilaksanakan karena program OTOP didasarkan atas keinginan kuat berbagai elemen masyarakat yang bekerja bersama-sama dengan pemerintah untuk memperoleh manfaat yang lebih baik. Walaupun terdapat beberapa kekurangan dalam pelaksanaan program OTOP, namun secara keseluruhan program OTOP ini telah membantu banyak keluarga perdesaan dan telah mampu mengurangi kemiskinan serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

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.

Di Indonesia, pendekatan OVOP mulai digagas pada tahun 2006 oleh Kementerian Perindustrian yang kemudian ditandai dengan terbitnya Inpres No. 6/2007 tentang kebijakan percepatan pengembangan sektor riil dan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Peraturan Menteri No. 78/M-Ind/Per/9/2007 tentang peningkatan efektivitas pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM) melalui pendekatan OVOP yang saling mengkait untuk mendorong produk lokal industri kecil dan menengah agar mampu bersaing di pasar global (Pasaribu *et al.*, 2011). Selanjutnya, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) mengikutinya. Selama sekitar lima tahun, kegiatan ekonomi dengan pendekatan OVOP terkesan berjalan sendiri-sendiri oleh Kementerian Perindustrian dan Kementerian Negara Koperasi dan UKM, walaupun disebut-sebut terkoordinasi dengan Kementerian Perdagangan, Kementerian Dalam Negeri, dan pemerintahan di berbagai daerah. Di luar dugaan, Kementerian Pertanian tidak ikut mengambil bagian dalam pembangunan agro-industri dengan pendekatan OVOP, meskipun banyak dihasilkan produk industri kecil berbasis produksi pertanian. Oleh karena itu, Kementerian Pertanian perlu mengambil kebijakan strategis dengan memasukkan pendekatan OVOP dalam pengembangan agro-industri di perdesaan (Nurchayho *et al.*, 2012).

UMKM mempunyai kontribusi yang cukup besar sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Hal ini berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM bahwa UMKM saat ini jumlahnya sekitar 51,26 juta unit atau 99,91% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia dan memberikan sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp2.609,4 triliun atau 55,6%, penyerapan tenaga kerja sebanyak 91,8 Juta atau 97,33%, dan kontribusi ekspor nonmigas sebesar Rp142,8 triliun atau 20% (Rahmana *et al.*, 2012). Namun begitu, keadaan koperasi dan UMKM semakin terancam karena masih banyak masih koperasi dan UMKM yang belum memiliki kemampuan yang cukup memadai untuk menghasilkan produk yang berdaya saing di pasar lokal, nasional apalagi di pasar global (Wahyuningsih, 2009).

Sedemikian besarnya kontribusi sub-sektor UMKM di Indonesia dalam menggerakkan ekonomi Indonesia termasuk ekonomi di wilayah perdesaan, sehingga meningkatkan pendapatan pelaku usaha UMKM, berarti memperbaiki taraf hidup masyarakat pada gilirannya akan mengurangi tingkat kemiskinan masyarakat. Selain memproduksi barang, UMKM juga menjadi pemasok bahan/barang setengah jadi seperti komponen untuk perusahaan besar (Saputro, 2010). Dalam rangka pengembangan UMKM, maka dilaksanakan program pengembangan UMKM dengan pendekatan OVOP di sentra. Program ini merupakan tindak lanjut dari Instruksi Presiden nomor 6 tahun 2007 tentang Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Instruksi Presiden nomor 5 tahun 2008 tentang Fokus Program Ekonomi Tahun 2008-2009, dan Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 78/M-IND/PER/9/2007 tentang Peningkatan Efektifitas Pengembangan UKM melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk (*One Village One Product-OVOP*) di sentra produksi.

OVOP adalah suatu gerakan masyarakat yang secara integratif berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi dan kekayaan daerah, meningkatkan pendapatan para pelaku usaha dan masyarakat, dan sekaligus meningkatkan rasa percaya diri dan kebanggaan terhadap kemampuan yang dimiliki masyarakat dan daerahnya. Sumber daya alam ataupun produk budaya lokal serta produk khas lokal yang telah dilakukan secara turun temurun dapat digali dan dikembangkan untuk menghasilkan produk bernilai tambah tinggi sesuai tuntutan dan permintaan pasar. Dengan pembagian peran yang jelas dari masing-masing pemangku kepentingan, adanya perencanaan yang baik, adanya tahapan kegiatan dan komitmen bersama pemangku kepentingan untuk memperkuat UMKM di tanah air, maka peningkatan efektivitas pengembangan UMKM melalui pendekatan OVOP di sentra diharapkan dapat dicapai.

Menurut Badrudin (2012), selama satu dasa warsa lebih implementasi otonomi daerah di berbagai kabupaten/kota di Indonesia, tampak nilai Indeks Pembangunan Manusia (IPM) sebagai salah satu indikator kesejahteraan masyarakat untuk daerah kabupaten lebih rendah daripada daerah kota. Hal ini dapat dilihat pada sampel kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah yang terdiri dari 29 kabupaten dan 6 kota dan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang terdiri dari 4 kabupaten dan 1 kota seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2 dan Tabel 3 berikut ini:

Tabel 2

**INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA KABUPATEN/KOTA DI PROVINSI JAWA TENGAH,
TAHUN 2004 s.d. 2008**

| No. | Kabupaten/Kota | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Rata-Rata 2004 s.d 2008 |
|-----|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------------------------|
| 1 | Kabupaten Banjarnegara | 66,90 | 67,30 | 68,25 | 68,54 | 68,99 | 68,00 |
| 2 | Kabupaten Banyumas | 70,30 | 70,70 | 70,81 | 71,23 | 71,77 | 70,96 |
| 3 | Kabupaten Batang | 67,00 | 67,60 | 68,40 | 68,64 | 69,23 | 68,17 |
| 4 | Kabupaten Blora | 66,50 | 67,90 | 68,42 | 69,11 | 69,63 | 68,31 |
| 5 | Kabupaten Boyolali | 68,50 | 69,00 | 69,37 | 69,63 | 69,99 | 69,30 |
| 6 | Kabupaten Brebes | 63,40 | 64,30 | 65,89 | 66,57 | 67,08 | 65,45 |
| 7 | Kabupaten Cilacap | 68,80 | 69,50 | 69,78 | 70,25 | 70,91 | 69,85 |
| 8 | Kabupaten Demak | 69,00 | 69,40 | 70,34 | 71,05 | 71,56 | 70,27 |
| 9 | Kabupaten Grobogan | 67,30 | 68,20 | 69,22 | 69,75 | 70,22 | 68,94 |
| 10 | Kabupaten Jepara | 69,10 | 69,60 | 69,95 | 71,45 | 71,94 | 70,41 |
| 11 | Kabupaten Karanganyar | 70,50 | 70,70 | 71,09 | 71,59 | 72,21 | 71,22 |
| 12 | Kabupaten Kebumen | 68,00 | 68,90 | 69,50 | 69,96 | 70,19 | 69,31 |
| 13 | Kabupaten Kendal | 67,30 | 67,50 | 68,30 | 68,91 | 69,40 | 68,28 |
| 14 | Kabupaten Klaten | 71,00 | 71,40 | 71,82 | 72,46 | 72,93 | 71,92 |
| 15 | Kabupaten Kudus | 69,40 | 70,00 | 71,31 | 71,66 | 72,02 | 70,88 |
| 16 | Kabupaten Magelang | 69,10 | 69,90 | 70,65 | 71,03 | 71,43 | 70,42 |
| 17 | Kabupaten Pati | 70,60 | 70,90 | 71,78 | 71,87 | 72,26 | 71,48 |
| 18 | Kabupaten Pekalongan | 67,60 | 68,20 | 69,36 | 69,69 | 70,31 | 69,03 |
| 19 | Kabupaten Pemasang | 65,60 | 66,30 | 67,36 | 67,89 | 68,38 | 67,11 |
| 20 | Kabupaten Purbalingga | 68,70 | 69,30 | 69,87 | 70,38 | 70,89 | 69,83 |
| 21 | Kabupaten Purworejo | 68,70 | 69,10 | 70,22 | 70,68 | 71,29 | 70,00 |
| 22 | Kabupaten Rembang | 67,50 | 69,00 | 69,70 | 70,54 | 71,12 | 69,57 |
| 23 | Kabupaten Semarang | 71,40 | 71,90 | 72,17 | 72,93 | 73,34 | 72,35 |
| 24 | Kabupaten Sragen | 66,10 | 66,60 | 67,76 | 68,98 | 69,57 | 67,80 |
| 25 | Kabupaten Sukoharjo | 70,70 | 71,20 | 71,72 | 72,46 | 73,01 | 71,82 |
| 26 | Kabupaten Tegal | 66,80 | 67,50 | 67,83 | 68,83 | 69,54 | 68,10 |
| 27 | Kabupaten Temanggung | 71,40 | 71,80 | 72,74 | 73,08 | 73,43 | 72,49 |
| 28 | Kabupaten Wonogiri | 68,40 | 69,00 | 69,89 | 70,11 | 70,47 | 69,57 |
| 29 | Kabupaten Wonosobo | 66,90 | 67,60 | 68,75 | 69,22 | 69,55 | 68,40 |
| 30 | Kota Magelang | 74,50 | 74,70 | 75,49 | 75,69 | 76,09 | 75,29 |
| 31 | Kota Pekalongan | 71,40 | 71,90 | 72,54 | 73,10 | 73,49 | 72,49 |
| 32 | Kota Salatiga | 74,40 | 74,80 | 75,06 | 75,37 | 75,81 | 75,09 |
| 33 | Kota Semarang | 74,90 | 75,30 | 75,94 | 76,11 | 76,54 | 75,76 |
| 34 | Kota Surakarta | 75,80 | 76,00 | 76,36 | 76,58 | 77,16 | 76,38 |
| 35 | Kota Tegal | 71,20 | 71,40 | 72,39 | 72,72 | 73,20 | 72,18 |

Sumber: BPS (2009). *Indeks Pembangunan Manusia*

Berdasarkan Tabel 2, tampak kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2004 s.d 2008 yang mempunyai rata-rata IPM terbesar, yaitu Kota Surakarta (76,38), disusul Kota Semarang (75,76), Kota Magelang (75,29), dan Kota Salatiga (75,09), sedang rata-rata IPM terkecil ada di Kabupaten Brebes (65,45). Sebagian besar daerah di Provinsi Jawa Tengah tahun 2004 s.d 2008 yang mempunyai rata-rata IPM relatif besar adalah daerah kota, sedang untuk daerah kabupaten hanya ada di 2 kabupaten, yaitu Kabupaten Temanggung (72,49) dan Kabupaten Semarang (72,35). Sebanyak 27 kabupaten di Provinsi Jawa Tengah lainnya mempunyai IPM yang relatif rendah.

Tabel 3
INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA KABUPATEN/KOTA
DI PROVINSI DIY, TAHUN 2004-2008

| Kabupaten/Kota | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | Rata-Rata 2004 s.d 2008 |
|------------------------|------|------|-------|-------|-------|-------------------------|
| Kabupaten Bantul | 71.5 | 71.9 | 71.97 | 72.78 | 73.38 | 72.31 |
| Kabupaten Gunung Kidul | 68.9 | 69.3 | 69.44 | 69.68 | 70.00 | 69.46 |
| Kabupaten Kulon Progo | 70.9 | 71.5 | 72.01 | 72.76 | 73.26 | 72.09 |
| Kabupaten Sleman | 75.1 | 75.6 | 76.22 | 76.70 | 77.24 | 76.17 |
| Kota Yogyakarta | 77.4 | 77.7 | 77.81 | 78.14 | 78.95 | 78.00 |

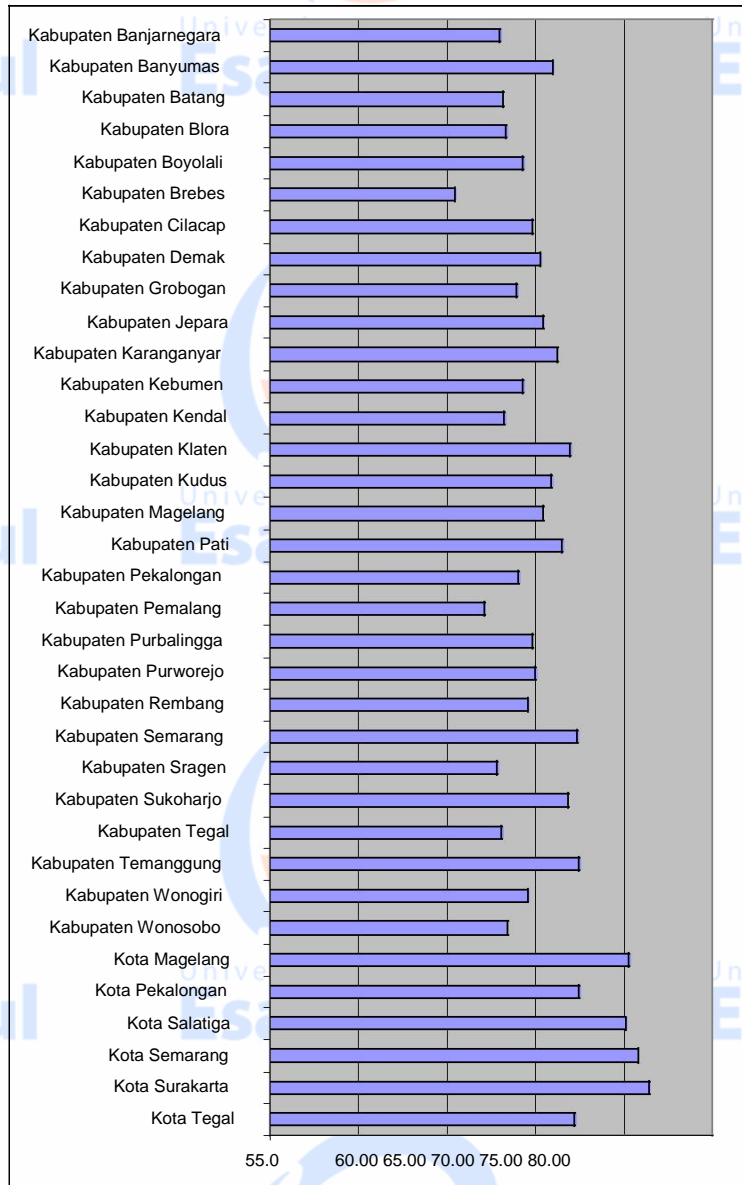
Sumber: BPS (2009). *Indeks Pembangunan Manusia*.

Berdasarkan Tabel 3, tampak kabupaten/kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2004 s.d 2008 yang mempunyai rata-rata IPM terbesar, yaitu Kota Yogyakarta (78,00) disusul Kabupaten Sleman (76,17), dan kabupaten lainnya, sedang rata-rata IPM terkecil ada di Kabupaten Gunung Kidul (69,46). Daerah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2004 s.d 2008 yang mempunyai rata-rata IPM relatif besar adalah daerah kota. Sebanyak 4 kabupaten di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai IPM di bawah kota.

Berdasarkan Tabel 2, dapat disusun histogram IPM 35 kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1. Histogram IPM per kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2004 s.d 2008 untuk daerah kota lebih tinggi daripada histogram IPM untuk daerah kabupaten. Hal ini menunjukkan bahwa daerah kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2004 s.d 2008 lebih sejahtera masyarakatnya daripada daerah kabupaten. Pencapaian IPM yang lebih tinggi kota daripada kabupaten menunjukkan bahwa kota di Provinsi Jawa Tengah lebih tinggi tingkat kesejahteraan masyarakatnya daripada kabupaten.

Hal ini dapat dipahami bahwa fasilitas yang lebih lengkap untuk kota seperti fasilitas fisik, fasilitas pendidikan, dan fasilitas kesehatan lebih menjamin pencapaian IPM yang lebih tinggi sebagai indikator untuk mengukur kesejahteraan masyarakat. Lebih lengkapnya fasilitas di kota menandakan bahwa kualitas sumberdaya manusia kota di Provinsi Jawa Tengah juga lebih unggul daripada di desa sehingga kualitas produk yang dihasilkannya juga menjadi lebih unggul pula. Kualitas produk yang unggul akan meningkatkan daya saing produk UMKM pada akhirnya.

Berdasarkan Tabel 3, dapat disusun histogram IPM 5 kabupaten/kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2. Histogram IPM per kabupaten/kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2004 s.d 2008 untuk daerah kota lebih tinggi daripada histogram IPM untuk daerah kabupaten. Hal ini menunjukkan bahwa daerah kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2004 s.d 2008 lebih sejahtera masyarakatnya daripada daerah kabupaten. Pencapaian IPM yang lebih tinggi kota daripada kabupaten menunjukkan bahwa kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta lebih tinggi tingkat kesejahteraan masyarakatnya daripada kabupaten. Hal ini dapat dipahami bahwa fasilitas yang lebih lengkap untuk kota seperti fasilitas fisik, fasilitas pendidikan, dan fasilitas kesehatan lebih menjamin pencapaian IPM yang lebih tinggi sebagai indikator untuk mengukur kesejahteraan masyarakat. Lebih lengkapnya fasilitas di kota menandakan bahwa kualitas sumberdaya manusia kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta juga lebih unggul daripada di desa sehingga kualitas produk yang dihasilkannya juga menjadi lebih unggul pula. Kualitas produk yang unggul akan meningkatkan daya saing produk UMKM pada akhirnya.

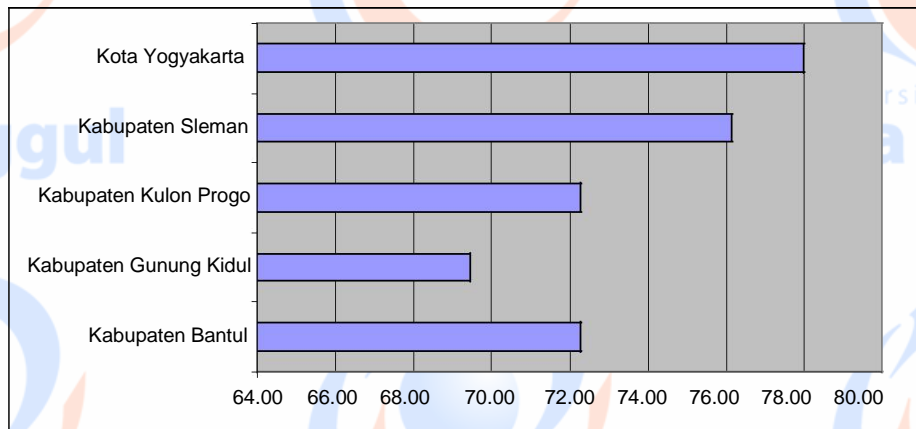


Sumber: Tabel 2, data diolah.

Gambar 1
HISTOGRAM INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA PER KABUPATEN/KOTA
DI PROVINSI JAWA TENGAH, TAHUN 2004 s.d 2008

Berdasarkan Tabel 2, Tabel 3, Gambar 1, dan Gambar 2 tampak IPM daerah kabupaten mempunyai nilai IPM yang lebih rendah daripada kota. Oleh karena itu, menjadi sangat penting adanya gerakan OVOP di daerah kabupaten dimana terdapat daerah perdesaan dengan memperhatikan perspektif ekonomi dari segi produksi-pemasaran, layanan informasi pasar dan teknologi, distribusi input, modal, serta sumberdaya manusia,

infrastruktur dan layanan transportasi dan kelembagaan atau keterkaitan desa-kota secara menyeluruh. Pembangunan ekonomi di daerah perdesaan melalui OVOP yang berbasis potensi ekonomi lokal akan berhasil apabila daerah tersebut memiliki potensi memasarkan berbagai produk (barang dan jasa) ke luar daerah dan hasil dari pendapatan menjual produk ke luar daerah harus dapat menghasilkan perputaran ekonomi yang baru dalam perekonomian lokal melalui pembelian bahan baku dan pengeluaran konsumsi rumah tangga.



Sumber: Tabel 3, data diolah.

Gambar 2

HISTOGRAM INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA PER KABUPATEN/KOTA DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA, TAHUN 2004 s.d 2008

Menurut Kadiman (2005:9-11), pengembangan OVOP di daerah perdesaan dengan memperhatikan perspektif keterkaitan berbagai pihak dibutuhkan komitmen dan kerja nyata dari ketiga aspek yang disebut sebagai *Triple Helix*, meliputi A (*academician*), B (*businessman*), dan G (*government*). Untuk menuju nilai IPM yang tinggi sebagai indikator keberhasilan pembangunan, pemerintah harus memberikan dukungan penuh terhadap pemberdayaan para pelaku bisnis yang disinergikan dengan pihak akademisi dan pihak pemerintah itu sendiri. *Triple helix* merupakan salah satu solusi dari kendala-kendala yang dihadapi oleh para pelaku bisnis. *Triple helix* mewadahi terciptanya kolaborasi mutualisme antara ketiga pihak yang terlibat di dalamnya.

Diharapkan hubungan yang lebih terbuka dan saling menguntungkan akan dapat dilakukan antara pihak akademisi dengan pemerintah, akademisi dengan pelaku bisnis, dan pelaku bisnis dengan pemerintah. Komitmen pemerintah untuk menaikkan anggaran pendidikan menjadi 20% dari anggaran negara hendaknya disikapi akademisi universitas untuk meningkatkan kualitas pendidikan sekaligus memberikan kontribusi bagi pembangunan. Akademisi universitas diharapkan untuk dapat berperan lebih banyak dalam pemecahan masalah yang dihadapi pemerintah seperti masalah ekonomi dan social masyarakat. Pemerintah dituntut untuk lebih memberikan kelonggaran dan kemudahan birokrasi, regulasi, dan kebijakan dalam system ekonomi, sehingga para pelaku bisnis dapat menjalankan usahanya secara optima. Sebaliknya, para pelaku bisnis juga diharapkan untuk dapat mengambil bagian sebagai pelaku bisnis yang menjunjung tinggi etika bisnis dan *corporate responsibility*-nya. Berdasarkan penjelasan itu, maka penulis tertarik untuk menyusun tulisan tentang **MODEL PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DENGAN ONE VILLAGE ONE PRODUCT UNTUK MENGURANGI KEMISKINAN DI INDONESIA.**

II. TEORI DAN RISET TERKAIT 2.1

ONE VILLAGE ONE PRODUCT

One Village One Product (OVOP) atau satu desa satu produk adalah pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah untuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik khas daerah dengan memanfaatkan sumberdaya lokal. Satu desa sebagaimana dimaksud dapat diperluas menjadi kecamatan, kabupaten/kota, maupun kesatuan wilayah lainnya sesuai dengan potensi dan skala usaha secara ekonomis. Gerakan OVOP pertama kali dicetuskan oleh *Morihiko Hiramatsu* saat menjabat sebagai Gubernur Prefektur Oita di timur laut Pulau Kyushu. Masa jabatannya di Oita selama 6 periode (1979-2003) digunakan untuk mengentaskan kemiskinan warganya dengan menerapkan konsepsi pembangunan wilayah yang disebut dengan gerakan OVOP.

Untuk mengembangkan potensi asli daerah supaya mampu bersaing di tingkat global, OVOP disesuaikan dengan kompetensi daerah, di mana akan dipilih produk unggulan yang unik dan khas di daerah tersebut untuk menjadi produk kelas global. Kriteria yang harus dimiliki bagi lokasi pengembangan program OVOP dalam rangka

pengembangan UMKM yang berdaya saing tinggi di pasar nasional dan global adalah daerah yang menjadi pengembangan program OVOP harus ada keseragaman jenis usaha, memiliki tata ruang yang jelas, dan memiliki infrastruktur yang bagus. Gerakan OVOP mempunyai tiga prinsip yang harus dimiliki oleh daerah-daerah yang akan menerapkan gerakan OVOP untuk mengembangkan produk-produk unggulan lokal yang dimiliki oleh daerah. Prinsip tersebut adalah berpikir secara global berkegiatan secara lokal, usaha mandiri dengan inisiatif dan kreativitas, serta perkembangan sumberdaya manusia.

Prinsip berpikir secara global berkegiatan secara lokal, artinya komoditas yang bersifat lokal dapat menjadi komoditas global. Biasanya orang menilai bahwa komoditas lokal tidak mempunyai sifat universal dan komoditas global mempunyai sifat kosmopolitan. Pada kenyataannya bukan demikian, semakin tinggi keaslian dan kekhasan lokal suatu daerah, semakin tinggi nilai dan perhatian secara global terhadap produk daerah tersebut. Namun, komoditas lokal itu sendiri harus dipatenkan dan kualitas mutunya harus ditingkatkan. Dengan usaha ini, komoditas lokal dapat memperoleh penilaian dunia dan dapat dipasarkan secara global.

Prinsip usaha mandiri dengan inisiatif dan kreativitas, merupakan suatu gerakan yang dicanangkan untuk mengantisipasi adanya pemodal dan sumberdaya dari pemerintah yang kemungkinan akan berhenti pada kalkulasi risiko dan untung-rugi sehingga sulit berkelanjutan. Pemodal dan sumberdaya mandiri akan mendorong masyarakat untuk sungguh-sungguh karena inisiatif masyarakat akan membuat masyarakat merasa nyaman dan bergairah. Pemerintah cukup memberikan dukungan infrastruktur jalan dan kemudahan dalam manajemen *supply chain*. Dalam jangka panjang, gerakan ini akan membentuk budaya yang sangat luar biasa.

Prinsip perkembangan sumberdaya manusia, artinya suatu daerah yang berhasil selalu mempunyai *local leader* yang bagus. Jika daerah ingin membuat sesuatu yang bagus dalam skala besar atau nasional dapat memanfaatkan penanaman modal besar dari luar daerah walaupun hal ini bukan keharusan. Daerah tersebut, berusaha memperhatikan sekaligus meningkatkan keaslian dan kekhasan lokal. Masyarakat bergerak dengan inisiatifnya dan pertanggungjawaban sendiri. Dengan cara ini, OVOP dapat berjalan dan berkelanjutan.

Jika suatu daerah memiliki produk unggulan dan didukung oleh pemerintah maka akan memiliki daya saing dan potensi untuk berkembang lebih baik. Usaha kecil yang menjadi tulang punggung pengembangan OVOP menjadi ikut berkembang. Selain itu OVOP akan membantu menggali dan mempromosikan produk inovatif dan kreatif lokal berdasarkan potensi sumberdaya yang ada, bersifat unik khas daerah, bernilai tambah tinggi dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan. Jika di setiap daerah sudah tercipta satu produk yang memiliki tingkat kompetensi yang tinggi, maka pemerintah hendaknya memberikan bantuan penyediaan pasar, membantu pemodalannya, dan bantuan lain dalam masalah teknis dan manajemen. OVOP merupakan model pengembangan UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Tujuan pengembangan produk unggulan daerah melalui gerakan OVOP adalah mengembangkan produk unggulan daerah yang memiliki potensi pemasaran lokal maupun global, mengembangkan dan meningkatkan kualitas serta nilai tambah produk agar dapat bersaing dengan produk impor, dan khusus kegiatan OVOP yang dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan UKM dalam mengembangkan OVOP harus melalui Koperasi dan UKM, serta meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Kriteria produk dalam OVOP adalah produk unggulan daerah dan/atau produk kompetensi inti daerah, unik khas budaya dan keaslian lokal, berpotensi pasar domestik dan ekspor, bermutu dan berpenampilan baik, dan diproduksi secara kontinyu dan konsisten. Lingkup produksi OVOP adalah produk makanan olahan berbasis hasil pertanian dan perkebunan, produk aneka minuman dari hasil pengolahan hasil pertanian dan perkebunan, produk hasil tenun atau konveksi khas masyarakat lokal, produk kebutuhan rumah tangga termasuk produk dekoratif atau interior, produk barang seni dan kerajinan termasuk produk cinderamata, dan produk herbal dan minyak atsiri khas masyarakat lokal

2.2 TRIPLE HELIX

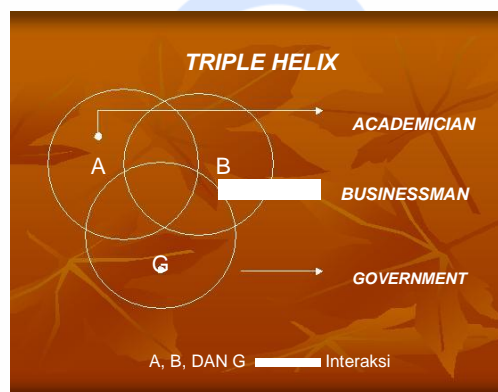
Menurut Kadiman (2005:9-11), pengembangan OVOP di daerah perdesaan dengan memperhatikan perspektif keterkaitan berbagai pihak dibutuhkan komitmen dan kerjanya nyata dari ketiga aspek yang disebut sebagai *Triple Helix*, meliputi A (*academician*), B (*businessman*), dan G (*government*). *Triple helix* merupakan salah satu solusi dari kendala-kendala yang dihadapi oleh para pelaku bisnis dan mewartakan terciptanya

kolaborasi mutualisme antara ketiga pihak yang terlibat di dalamnya. Diharapkan hubungan yang lebih terbuka dan saling menguntungkan akan dapat dilakukan antara pihak akademisi dengan pemerintah, akademisi dengan pelaku bisnis, dan pelaku bisnis dengan pemerintah.

Tridharma Perguruan Tinggi menyebutkan bahwa kewajiban dosen adalah melakukan pengajaran dan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Dana yang dialokasikan pemerintah untuk membiayai penelitian dimaksudkan untuk memotivasi penelitian-penelitian yang melahirkan inovasi teknologi dan ide kreatif. Hasil penelitian jangan berakhir di ruang laboratorium atau diarsipkan dalam koleksi perpustakaan. Di dalam *triple helix*, hasil penelitian akademisi perguruan tinggi diharapkan tidak hanya melayani kebutuhan ilmu pengetahuan semata, namun juga sebagai solusi permasalahan pemerintah di dalam menentukan kebijakan dan regulasi yang berkaitan dengan masyarakat pebisnis. Pihak pemerintah perlu memberikan stimulus positif yang dapat merangsang pertumbuhan dan perkembangan investasi bisnis sekaligus mendorong atmosfer bisnis yang kondusif. Caranya adalah dengan mengurangi pembatasan-pembatasan yang menyulitkan perkembangan dan inovasi berbisnis, melindungi karya-karya inovasi bisnis, dan mengimplementasikan aturan pemerintah yang berkaitan etika berbisnis sehingga tercipta persaingan bisnis yang sehat. Di sisi lain, pihak industri juga mempunyai kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam menciptakan iklim bisnis yang baik, seperti menerapkan etika berbisnis, berkomitmen pada *corporate social responsibility* (CSR), dan menjadi *partner* pemerintah untuk mendukung pertumbuhan ekonomi secara nasional. Menyeimbangkan peran dari ketiga pihak yaitu akademisi, pemerintah, dan pebisnis ini bukanlah hal mudah. Diperlukan upaya yang berkesinambungan dan dinamis, sehingga setiap pihak diharapkan selalu *open-minded* dan berusaha melakukan yang terbaik demi kepentingan bersama. Ketiga pihak tidak dapat bergerak sendiri, oleh karena itu diperlukan kerjasama yang sinergis dan seimbang.

CSR saat ini telah menjadi konsep yang kerap didengar, walau definisinya sendiri masih menjadi perdebatan di antara para praktisi maupun akademisi. Sebagai sebuah konsep yang berasal dari luar negeri, tantangan utamanya memang adalah memberikan pemaknaan yang sesuai dengan konteks Indonesia. CSR menjadi wahana yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Dengan demikian, CSR tidak akan disalahgunakan hanya sebagai *marketing gimmick* untuk melakukan *corporate greenwash* atau pengelabuan citra perusahaan belaka. Perusahaan paling sering melakukan wujud dari CSR perusahaan adalah dalam bentuk pemberian beasiswa. Djarum dan Sampurna adalah di antara sekian banyak perusahaan yang mengimplementasikan CSR-nya dalam bentuk pemberian beasiswa. Kelompok Kompas-Gramedia mewujudkan konsep CSR-nya dalam bentuk investasi dana untuk pendirian Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Demikian juga dengan Universitas Pelita Harapan yang di *backup* oleh kelompok Lippo dan Universitas Ciputra yang di *backup* oleh kelompok Ciputra. Dalam hal ini perguruan tinggi yang sudah eksis seharusnya bersifat pro aktif untuk menjalin kerjasama dengan berbagai perusahaan dalam hal implementasi CSR-nya. Indosat dan Telkom adalah contoh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang *concern* CSR-nya di bidang pendidikan. PT Indosat Tbk menggandeng Universitas Yarsi Jakarta untuk bekerjasama dalam pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan pada tahun 2007 yang lebih ditekankan untuk dunia pendidikan. Tujuan CSR Indosat dalam dunia pendidikan adalah untuk membagi *soft skill* dan aspek teknologi yang dipunyai Indosat kepada dosen dan terutama mahasiswanya agar siap menghadapi dunia kerja yang makin kompetitif. Sedangkan dalam aspek pengabdian masyarakat, kerjasama dilakukan dengan memberikan layanan kepada masyarakat seperti memberikan ilmu-ilmu mengenai teknologi informasi kepada masyarakat.



Sumber: Kadiman (2005:11).

Gambar 3
MODEL PENGEMBANGAN ONE VILLAGE ONE PRODUCT DENGAN TRIPLE HELIX
DALAM RANGKA MENINGKATKAN UMKM DI INDONESIA

2.3 KEMISKINAN

Kemiskinan relatif merupakan kondisi miskin karena pengaruh kebijakan pembangunan yang belum mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat sehingga menyebabkan ketimpangan distribusi pendapatan. Standar minimum disusun berdasarkan kondisi hidup suatu negara pada waktu tertentu dan perhatian terfokus pada golongan penduduk termiskin, misalnya 20% atau 40% lapisan terendah dari total penduduk yang telah diurutkan menurut pendapatan/pengeluaran. Kelompok ini merupakan penduduk relatif miskin. Dengan demikian, ukuran kemiskinan relatif sangat tergantung pada distribusi pendapatan/pengeluaran penduduk. Oleh karena itu, dengan menggunakan definisi ini berarti orang miskin selalu hadir bersama kita.

Kemiskinan absolut ditentukan berdasarkan ketidakmampuan untuk mencukupi kebutuhan pokok minimum seperti pangan, sandang, kesehatan, perumahan dan pendidikan yang diperlukan untuk dapat hidup dan bekerja. Kebutuhan pokok minimum diterjemahkan sebagai ukuran finansial dalam bentuk uang. Nilai kebutuhan minimum kebutuhan dasar tersebut dikenal dengan istilah garis kemiskinan. Penduduk yang pendapatannya di bawah garis kemiskinan digolongkan sebagai penduduk miskin. Menurut Kuncoro (2010:33) penyebab kemiskinan adalah 1) Secara mikro, kemiskinan karena adanya ketidaksamaan pola kepemilikan sumber daya yang menimbulkan distribusi pendapatan yang timpang. Penduduk miskin hanya memiliki sumber daya dalam jumlah terbatas dan kualitasnya rendah, 2) Kemiskinan muncul akibat perbedaan dalam kualitas sumberdaya manusia yang rendah, berarti produktivitasnya rendah, yang pada gilirannya upahnya rendah. Rendahnya kualitas sumber daya ini karena rendahnya pendidikan, nasib yang kurang beruntung, adanya diskriminasi, atau karena keturunan, dan 3) Kemiskinan muncul akibat perbedaan akses dalam modal. Ketiga penyebab kemiskinan ini bermuara pada teori lingkaran setan kemiskinan (*vicious circle poverty*). Adanya keterbelakangan, ketidaksempurnaan pasar, dan kurangnya modal menyebabkan rendahnya produktivitas sehingga mengakibatkan rendahnya pendapatan yang diterima. Rendahnya pendapatan akan berimplikasi pada rendahnya tabungan dan investasi yang berakibat pada keterbelakangan, dan seterusnya.

Dengan menggunakan standar garis kemiskinan setiap provinsi yang dibedakan menurut perkotaan dan perdesaan maka jumlah dan persentase penduduk miskin

di setiap provinsi menurut daerah perkotaan dan perdesaan dapat dihitung. Tabel 4 menunjukkan jumlah dan persentase penduduk miskin menurut provinsi pada kondisi Maret 2008. Berdasarkan angka kemiskinan tahun 2008 antarprovinsi terlihat bahwa ada 9 provinsi yang dapat dikategorikan memiliki persentase penduduk miskin yang relatif rendah (angkanya berada di bawah 10%). Kesembilan provinsi tersebut adalah Kalimantan Timur (9,51%), Jambi (9,32%), Kepulauan Riau (9,18%), Kalimantan Tengah (8,71%), Bangka Belitung (8,58%), Banten (8,15%), Kalimantan Selatan (6,48%), Bali (6,17%), dan provinsi DKI Jakarta (4,29%). Berdasarkan 24 provinsi lainnya, masing-masing terdapat 14 dan 8 provinsi yang memiliki persentase penduduk miskin antara 10%-20% dan 20%-30%, serta hanya 2 provinsi yang memiliki persentase penduduk miskin di atas 30%. Dua provinsi yang memiliki persentase penduduk miskin terbesar (di atas 30%) adalah Papua (37,08%) dan Papua Barat (35,12%). Lima provinsi yang memiliki persentase penduduk miskin terbesar dalam kelompok 20%-30% adalah Provinsi Nusa Tenggara Timur (25,65%), Gorontalo (24,88%), Nanggroe Aceh Darussalam (23,53%), Nusa Tenggara Barat (23,81%), dan Maluku (29,66%). Lima provinsi yang memiliki persentase penduduk miskin terbesar dalam kelompok 10%-20% adalah Provinsi Jawa Timur (18,51%), Sumatera Selatan (17,73%), Jawa Tengah (19,23%), DIY (18,32%), dan Sulawesi Tenggara (19,53%).

Tabel 4
Jumlah dan Persentase Penduduk Miskin
Menurut Provinsi dan Daerah, Maret 2008

| Provinsi | Jumlah Penduduk Miskin | | | Persentase Penduduk Miskin (%) | | |
|------------------|------------------------|---------|-----------|--------------------------------|-------|-----------|
| | Kota | Desa | Kota+Desa | Kota | Desa | Kota+Desa |
| NAD | 195,8 | 763,9 | 959,7 | 16,67 | 26,30 | 23,53 |
| Sumatera Utara | 761,7 | 852,1 | 1 613,8 | 12,85 | 12,29 | 12,55 |
| Sumatera Barat | 127,3 | 349,9 | 477,2 | 8,30 | 11,91 | 10,67 |
| Riau | 245,1 | 321,6 | 566,7 | 9,12 | 12,16 | 10,63 |
| Jambi | 120,1 | 140,2 | 260,3 | 13,28 | 7,43 | 9,32 |
| Sumatera Selatan | 514,7 | 734,9 | 1 249,6 | 18,87 | 17,01 | 17,73 |
| Bengkulu | 131,8 | 220,2 | 352,0 | 21,95 | 19,93 | 20,64 |
| Lampung | 365,6 | 1 226,0 | 1 591,6 | 17,85 | 22,14 | 20,98 |
| Bangka Belitung | 36,5 | 50,2 | 86,7 | 7,57 | 9,52 | 8,58 |
| Kepulauan Riau | 69,2 | 67,1 | 136,4 | 8,81 | 9,60 | 9,18 |
| DKI Jakarta | 379,6 | --- | 379,6 | 4,29 | --- | 4,29 |
| Jawa Barat | 2 617,4 | 2 705,0 | 5 322,4 | 10,88 | 16,05 | 13,01 |
| Jawa Tengah | 2 556,5 | 3 633,1 | 6 189,6 | 16,34 | 21,96 | 19,23 |

| | | | | | | |
|--------------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------|--------------|--------------|
| DI Yogyakarta | 324,2 | 292,1 | 616,3 | 14,99 | 24,32 | 18,32 |
| Jawa Timur | 2 310,6 | 4 340,6 | 6 651,3 | 13,15 | 23,64 | 18,51 |
| Banten | 371,0 | 445,7 | 816,7 | 6,15 | 11,18 | 8,15 |
| Bali | 115,1 | 100,7 | 215,7 | 5,70 | 6,81 | 6,17 |
| NTB | 560,4 | 520,2 | 1 080,6 | 29,47 | 19,73 | 23,81 |
| NTT | 119,3 | 979,1 | 1 098,3 | 15,50 | 27,88 | 25,65 |
| Kalimantan Barat | 127,5 | 381,3 | 508,8 | 9,98 | 11,49 | 11,07 |
| Kalimantan Tengah | 45,3 | 154,6 | 200,0 | 5,81 | 10,20 | 8,71 |
| Kalimantan Selatan | 81,1 | 137,8 | 218,9 | 5,79 | 6,97 | 6,48 |
| Kalimantan Timur | 110,4 | 176,1 | 286,4 | 5,89 | 15,47 | 9,51 |
| Sulawesi Utara | 72,7 | 150,9 | 223,5 | 7,56 | 12,04 | 10,10 |
| Sulawesi Tengah | 60,9 | 463,8 | 524,7 | 11,47 | 23,22 | 20,75 |
| Sulawesi Selatan | 150,8 | 880,9 | 1 031,7 | 6,05 | 16,79 | 13,34 |
| Sulawesi Tenggara | 27,2 | 408,7 | 435,9 | 5,29 | 23,78 | 19,53 |
| Gorontalo | 27,5 | 194,1 | 221,6 | 9,87 | 31,72 | 24,88 |
| Sulawesi Barat | 48,3 | 122,8 | 171,1 | 14,14 | 18,03 | 16,73 |
| Maluku | 44,7 | 346,7 | 391,3 | 12,97 | 35,56 | 29,66 |
| Maluku Utara | 9,0 | 96,0 | 105,1 | 3,27 | 14,67 | 11,28 |
| Papua Barat | 9,5 | 237,0 | 246,5 | 5,93 | 43,74 | 35,12 |
| Papua | 31,6 | 701,5 | 733,1 | 7,02 | 45,96 | 37,08 |
| INDONESIA | 12 768,5 | 22 194,8 | 34 963,3 | 11,65 | 18,93 | 15,42 |

Sumber: BPS, *Susenas Panel Modul Konsumsi Maret 2008*.

Permasalahan yang dihadapi penduduk miskin dari segmen UMKM dapat berakar dari asetnya yang justru terlalu kecil atau dari persoalan alam dan infrastruktur dalam bentuk irigasi yang tidak mendukung, dan sebagainya. Akar permasalahan pedagang kecil, pengrajin kecil, pemulung di kota, pengangguran, buruh musiman, dan sebagainya dapat berbeda. Profil kemiskinan juga diharapkan dapat mendukung usaha-usaha menurunkan kemiskinan agregat melalui sasaran wilayah geografis. Pemahaman menyeluruh mengenai karakteristik sosial demografi dan dimensi ekonomi penduduk miskin diharapkan mampu membantu perencanaan, pengawasan, dan evaluasi dari program penanggulangan kemiskinan yang efektif dan efisien (Saleh, 2002).

2.4 PENELITIAN-PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian Sajarwan *et al.* (2009) menjelaskan bahwa dilihat dari perspektif waktu, kebijakan pengembangan *one village one product* (OVOP) di Kota Palangka Raya dapat direkomendasikan untuk arahan kebijakan jangka menengah dan jangka panjang. Arahan kebijakan pengembangan OVOP jangka menengah adalah meningkatkan kualitas dan kuantitas produk lama untuk pasar baru, menciptakan produk untuk pasar lama, tindak lanjut pelaksanaan program yang telah disusun pemerintah baik program

sektoral maupun regional, misalnya dalam hal pembinaan, bimbingan, penyuluhan, maupun program lainnya. Pembinaan sektor swasta, dalam hal ini pemerintah daerah harus mampu membina perusahaan-perusahaan (industri pengolahan) yang ada agar di setiap sektor ekonomi tercipta industri pengolahan yang berorientasi pasar pulau Jawa atau pasar luar negeri. Selama ini yang banyak aktivitasnya hanya perusahaan yang bergerak dalam bidang pendistribusian hasil alam.

Kebijakan pengembangan OVOP dalam jangka panjang direkomendasikan dengan “menciptakan produk baru untuk pasar baru” yang dapat dicapai melalui optimalisasi layanan pemerintah dan optimalisasi tujuan perusahaan. Dalam jangka panjang, diharapkan peranan pemerintah semakin sedikit, sehingga layanan semakin efektif dan efisien. Pemerintah harus mengoptimalkan layanan pada aspek-aspek yang berkaitan dengan hajat hidup orang banyak, misalnya aspek pertahanan dan keamanan, peradilan, dan pekerjaan umum (penyediaan dan pemeliharaan jalan, jembatan, pelabuhan, dan irigasi). Arah kebijakan jangka panjang berkaitan dengan pekerjaan umum yaitu peningkatan kualitas jalan dan jembatan lintas propinsi (jalan negara), peningkatan kualitas jalan dan jembatan (darat) yang menghubungkan jalan lintas dari dan ke kantong-kantong produksi (sentra-sentra produksi) yang ada, peningkatan kualitas dan kapasitas wilayah Kota Palangka Raya guna menunjang ekspor, pemanfaatan kawasan pengembangan dengan meningkatkan keterpaduan perencanaan pembangunan instansi sektoral, daerah dan swasta serta masyarakat.

Dalam jangka panjang diharapkan peranan swasta semakin dominan terutama di luar bidang pertahanan dan keamanan, peradilan; sehingga aktivitas sektor swasta semakin efektif dan efisien. Sektor-sektor swasta harus mampu mengoptimalkan potensi sumber daya yang ada guna meningkatkan daya saing. Dalam era globalisasi, dipastikan bahwa produk-produk yang unggul hanya berasal dari perusahaan-perusahaan yang unggul. Perusahaan-perusahaan yang unggul tentu memiliki *Strategy Business Unit* (SBU) yang handal pula. Oleh karena itu, perusahaan yang ada di Kota Palangka Raya disarankan memperhatikan riset pemasaran, menempati posisi *leader* baik dalam jasa atau produk baru, melakukan aktivitas promosi, melakukan rancang bangun produk yang bermutu, sesuai dengan selera pasar Asia dan Asia-Fasifik, serta produk tersebut ramah lingkungan, melakukan perbaikan penggunaan bahan baku,

(biaya rata-rata lebih rendah dari pesaing), melakukan perbaikan produktivitas, melakukan perencanaan produksi dan sistem pengendalian, dan menjaga citra perusahaan.

Menurut Saputro *et al.* (2010), dengan semakin ketatnya kompetisi antara UMKM dan perusahaan besar maka UMKM harus mencari keunggulan kompetitif yang dapat membantu UMKM dalam meminimalkan biaya dan memaksimalkan keuntungan. Salah satu isu utama yang dihadapi UMKM adalah terbatasnya sumber daya, kemampuan finansial yang dimiliki, sebagian besar proses bisnis UMKM dilakukan secara manual, sebagian kecil UMKM yang mampu mengimplementasikan aplikasi program untuk membantu kegiatan operasional, dan sebagian besar kegiatan operasional yang dilakukan UMKM masih terpisah-pisah. Situasi ini mungkin tidak akan berdampak besar karena jumlah transaksi yang dilakukan UMKM masih sedikit dan volume data yang dimiliki masih mungkin untuk dikelola secara desentralisasi. Namun, tantangan global saat ini tidak memungkinkan UMKM untuk memiliki kondisi tersebut karena persaingan bisnis yang semakin ketat dan UMKM harus mulai menyiapkan diri dengan aplikasi yang cukup untuk mendukung pertumbuhan bisnis dalam menghadapi kompetisi global.

Penelitian Adirestuty *et al.* (2011) yang berjudul Mendongkrak Produk Lokal Dengan Pendekatan OVOP Melalui Pemberdayaan Himpunan Mahasiswa Daerah pada Inkubator Bisnis Kampus menunjukkan bahwa perdagangan bebas di kawasan *China Asean Free Trade Agreement* (CAFTA) yang telah mulai tahun 2010 mengakibatkan para pengusaha dalam negeri harus pintar dan cerdas dalam membaca peluang. Persaingan dalam perdagangan internasional amat ditentukan pada keunggulan yang dimiliki. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat dikatakan sebagai tulang punggung perekonomian nasional, hal ini dapat terlihat dari data Kementerian Koperasi dan UKM bahwa UMKM yang saat ini jumlahnya sekitar 51,26 juta unit atau 99,91% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia namun keadaannya sedang terancam karena masih banyak UMKM yang belum memiliki kemampuan yang cukup memadai untuk menghasilkan produk yang bersaing di pasar global.

Upaya Pemerintah Indonesia untuk menghadapi era CAFTA ini adalah menerapkan program OVOP. Penerapan OVOP ini digunakan untuk meningkatkan kualitas dan akses pasar UMKM. Hal ini sesuai dengan Peraturan Menteri Nomor 78

Tahun 2007 tentang Peningkatan Efektifitas Pengembangan IKM Melalui Pendekatan OVOP. Pengembangan OVOP harus dilakukan dengan penelitian yang mendalam mengenai produk yang tepat untuk satu desa dengan target pasar yang jelas. Sebenarnya produk UMKM banyak yang berkualitas, hanya belum banyak memiliki jaringan baik pasar lokal atau pasar yang lebih besar, termasuk ke luar negeri. Oleh karena itu, dibutuhkan gerakan OVOP untuk mendongkrak produk lokal agar bersaing di tatanan nasional dan global melalui pemberdayaan fungsi Himpunan Mahasiswa Daerah sebagai *agent of exchange* dan inkubator bisnis kampus dalam proses perluasan pemasaran, meningkatkan penjualan produk lokal, sampai pada peningkatan wirausaha di dalamnya, maupun pengembangan penyerapan tenaga kerja di daerah sehingga diharapkan terjadi *trickle down effect* dari inkubator bisnis yang berimbas pada kemajuan UMKM di setiap daerah.

Penelitian Budiyanto (2011) dimaksudkan untuk mengidentifikasi optimasi pengembangan kelembagaan industri pangan organik di Jawa Timur. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian fenomenologi. Subyek penelitian adalah lembaga industri pangan organik yang terdiri dari UMKM pangan organik, Dinas Pertanian, Industri Pangan, Kelompok Tani Pangan Organik, dan Perbankan di Kabupaten Lumajang, Kabupaten Malang, dan Kabupaten Blitar Provinsi Jawa Timur. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan observasi peran serta. Uji keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber dan metode. Data penelitian yang diperoleh dianalisis dengan analisis kualitatif (*Content Analysis*) dengan menggunakan interaktif model dari Miles dan Huberman.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa optimasi pengembangan kelembagaan pangan organik di Jawa Timur terbagi ke dalam tiga pola optimasi yaitu pola klaster, pola kemitraan, dan pola *Business Development Services Provider* (BDSP) Pola klaster merupakan pengembangan kelembagaan industri pangan organik dengan cara pengelompokkan lembaga pangan organik (termasuk UMKM) dalam suatu kawasan atau menetapkan wilayah sebagai kawasan usaha/industri tertentu. Pola kemitraan terdiri dari kemitraan inti plasma dan kemitraan bapak angkat. Pola BDSP merupakan pola pengembangan berbasis pada sistem lembaga jasa pengembangan usaha. Pola klaster meningkatkan kinerja penyediaan, distribusi, pemasaran, dan utilitas

industri pangan organik di Jawa Timur. Kabupaten Lumajang merupakan daerah yang paling potensial dalam pengembangan pola kluster industri pangan organik.

Menurut Firdaus (2011), PKPU sebagai lembaga pemberdayaan masyarakat berpartisipasi dalam mengembangkan dan mengimplementasikan program OVOP dengan menjadikannya sebagai program andalan agar masyarakat dapat mencapai kesejahteraan lebih cepat. PKPU sudah mengembangkan dua bidang OVOP, yaitu OVOP jambu yang berlokasi di Rawadenok, Depok, Provinsi Jawa Barat dan OVOP pisang yang berlokasi di Muncang, Lebak, Provinsi Banten. Berdasarkan hasil olahan jambu biji merah, masyarakat Depok sudah menghasilkan jus jambu dalam kemasan yang dapat bersaing di pasaran dengan produk-produk jus jambu kemasan lainnya yang sudah terlebih dahulu beredar. OVOP mampu meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat.

OVOP jambu ini dilatarbelakangi adanya hasil pertanian masyarakat Rawadenok yang melimpah, namun belum dapat meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakatnya. Berdasarkan OVOP, PKPU memberdayakan masyarakat untuk mencapai hasil yang maksimal dari usaha perkebunan. Dalam OVOP pisang, PKPU mendampingi masyarakat mulai dari pemilihan bibit, pengolahan lahan hingga metodologi pemasaran. Berdasarkan OVOP, masyarakat selain menjual pisang dengan model pemasaran modern, juga mampu mengelola buah pisang dalam bentuk makanan yang bervariasi. Dalam proses pendampingan OVOP, PKPU menerapkan metodologi partisipatif selama dua tahun, PKPU hanya mendampingi dan memfasilitasi kegiatan-kegiatan masyarakat. Setelah dua tahun, masyarakat membentuk kelembagaan masyarakat yang menjadi wadah bagi masyarakat untuk melanjutkan program secara bersama-sama. Program OVOP akan berjalan sesuai dengan harapan, apabila dikembangkan secara profesional dan mendapatkan dukungan dari semua *stakeholder*, baik pemerintah, dunia usaha, maupun masyarakat itu sendiri. Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki kekhasan, sehingga OVOP sangat berpotensi untuk dapat diterapkan di wilayah Indonesia manapun.

Penelitian Pasaribu *et al.* (2011) menjelaskan pendekatan OVOP merupakan gerakan masyarakat yang mengandalkan kemampuan sendiri melakukan usaha ekonomi dengan memanfaatkan sumberdaya yang tersedia secara lokal. Pendekatan OVOP dapat diaplikasikan di antaranya dengan :

a) menetapkan produk yang akan dikembangkan, b) mengidentifikasi potensi pengembangan produk dan permasalahan terkait, c) melakukan pembinaan dengan aplikasi teknologi pengolahan, peningkatan kualitas, perluasan pemasaran, dan peningkatan kemampuan sumberdaya manusia, dan d) melaksanakan kegiatan monitoring dan evaluasi untuk perbaikan usaha. Perencanaan kegiatan ekonomi di perdesaan dapat disusun dengan lebih akurat dan hasil pelaksanaannya dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan para pelakunya apabila mampu memanfaatkan *database* yang tersedia. Pengalaman negara lain membangun industri perdesaan dengan pendekatan OVOP sangat berhasil meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat setempat. Pendekatan yang sama dapat diaplikasikan dalam pengembangan agro-industri di Indonesia dengan beberapa penyesuaian menurut potensi sumberdaya yang tersedia.

Koordinasi antara pemerintah, lembaga swasta, dan petani/keompok tani dalam bentuk kemitraan usaha dapat mendorong percepatan pengembangan usaha dalam skala ekonomi yang menguntungkan. Kementerian Pertanian perlu mengambil inisiatif kerjasama dengan Kementerian Perindustrian dan Kementerian Perdagangan beserta pemerintah daerah untuk menghasilkan produk agro-industri spesifik lokasi di berbagai daerah dengan pendekatan OVOP. Tidak semua program pembangunan agro-industri berhasil dengan memuaskan, termasuk program dengan pendekatan OVOP. Di satu pihak, keterbatasan faktor-faktor internal dalam berbagai bentuk, seperti peraturan perundangan, ketersediaan dana, kelemahan manajemen dan teknik berproduksi serta kurangnya fasilitas layanan merupakan faktor-faktor yang dapat mengganggu kelancaran usaha. Keterbatasan ini juga masih ditambah dengan lemahnya koordinasi antarinstansi terkait, terutama dalam hal pembiayaan yang mengakibatkan tersekatnya pelaksanaan kegiatan di lapangan. Namun demikian, faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan program ini dapat ditanggulangi melalui berbagai perbaikan instrumen kebijakan.

Sementara di lain pihak, faktor-faktor eksternal di luar jangkauan pengetahuan atau di luar kemampuan otoritas yang ada. Patut dipertimbangkan bahwa upaya peningkatan pengetahuan serta kemampuan menganalisis, beradaptasi, dan merancang pendekatan yang lebih akurat diharapkan dapat mengendalikan faktor eksternalitas ini ke arah yang lebih diinginkan

Penelitian Patrisina dan Beni Harma (2011) mengkaji analisis kelayakan pendirian *distribution centre* dari segi aspek teknis dan keuangan untuk mengkoordinasikan kegiatan antara produsen dan konsumen Sulaman/Bordir dalam konsep manajemen rantai pasok dengan kriteria minimasi total ongkos sistem keseluruhan. Segi aspek teknis dilakukan penentuan lokasi *distribution centre* dengan menggunakan metoda grafiti guna mendapatkan lokasi dengan biaya transportasi pengiriman produk dari produsen ke konsumen yang minimum. Setelah lokasi *distribution centre* didapatkan kemudian dilakukan perancangan terhadap *layout* dari *distribution centre*. Karena perancangan *layout* dari *distribution centre* ini masih tahap awal, maka permasalahan tata letak diselesaikan dengan menggunakan algoritma *Computerized Relationship Layout Planning* (CORELAP).

Terdapat dua skenario yang dilakukan dalam analisis kelayakan pendirian *distribution centre* ini. Skenario I, *distribution centre* diasumsikan hanya berfungsi sebagai tempat penyimpanan produk sulaman dan mendistribusikan ke konsumen, sedangkan skenario II *distribution centre* berfungsi tidak hanya tempat penyimpanan namun juga sebagai *retailer* dimana *distribution centre* melakukan pembelian semua barang produk Sulaman/Bordir Agam dan mendistribusikannya kepada konsumen. Penentuan kelayakan pembangunan *distribution centre* ini dilakukan berdasarkan empat kriteria, yaitu *net present value* (NPV), *internal rate of return* (IRR), *payback periode*, dan *benefit cost ratio* (B/C) *ratio*). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan lokasi terpilih untuk *distribution centre* produk Sulaman/Bordir Agam berada di daerah Tengah Jua, kota Bukittinggi. Berdasarkan analisis ekonomi yang dilakukan terhadap *cash flow*, skenario II terpilih untuk dijadikan sebagai kriteria untuk pendirian investasi karena memiliki nilai *cash flow* positif. Total investasi untuk pendirian *distribution centre* adalah sebesar Rp1.604.779.088,00 dan modal kerja sebesar Rp. 234.584.583,00. Sumber dana untuk proyek ini diasumsikan sepenuhnya dari Pemerintah Kabupaten Agam. Berdasarkan kriteria penilaian investasi proyek ini layak untuk dilaksanakan karena nilai NPV yang diperoleh > 0 , di mana nilai NPV Rp. 3.744.990.013,00. Nilai IRR $>$ MARR dengan nilai IRR 55,40% dan MARR 12,16 %, B/C *Ratio* sebesar 1,17 dan *Payback Periode* 1 tahun 11 bulan.

Penelitian Triharini *et al.* (2012) tentang OVOP di Purwakarta dengan potensi kerajinan gerabah dan keramik hias bertujuan untuk mengevaluasi penerapan OVOP di Indonesia yang telah berlangsung sejak tahun 2008 dan menyusun sebuah rekomendasi bagi pengembangan potensi produk kerajinan dengan pendekatan OVOP dengan mengambil studi kasus di Plered, Purwakarta. Rekomendasi ditujukan bagi pemerintah sebagai pemangku kebijakan, masyarakat sebagai pelaksana, dan pihak swasta, khususnya akademisi desain atau desainer profesional. Selain pentingnya konsistensi pemerintah dan partisipasi masyarakat dalam melaksanakan dan mengawasi berjalannya program yang telah disusun, pengembangan desain produk kerajinan memegang peranan yang sangat penting. Diperlukan peran desainer yang sangat kuat untuk dapat mengembangkan desain yang dapat memahami kebutuhan pasar sekaligus mempertahankan nilai-nilai tradisional kerajinan dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh industri.

Dalam penelitian ini pula ditemukan adanya ketidaksesuaian dalam penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam penerapan OVOP. Prinsip *local but global* memiliki sedikit kesesuaian dengan penerapan program OVOP di Plered. Hal ini berkaitan dengan pengembangan potensi kerajinan gerabah dan keramik hias yang menjadi fokus utama pemerintah dalam program tersebut. Pengembangan produk melalui program OVOP difokuskan pada pengembangan UMKM kerajinan agar dapat menghasilkan produk yang bermuatan lokal dan dapat bersaing di pasar global. Meskipun demikian, kemampuan untuk bersaing di pasar global yang sebenarnya dari produk yang dihasilkan belum dapat dilihat.

Prinsip *self-reliance and creativity* tidak teridentifikasi dalam penerapan OVOP di Plered. Hal ini disebabkan karena program OVOP yang bersifat *top-down* dari pemerintah pusat dan sosialisasi dari program OVOP yang relatif baru. Program OVOP yang disusun oleh pemerintah juga tidak menitikberatkan pada pengembangan motivasi dan kreativitas pengrajin/pengusaha. Program OVOP juga tidak dititikberatkan kepada pengembangan kemandirian atau pemberdayaan masyarakat setempat. Prinsip ketiga yaitu *human resources development* juga tidak ditemukan dalam pelaksanaan program OVOP di Plered. Hal ini ditunjukkan dengan tidak adanya pembinaan terhadap masyarakat setempat selain pengrajin/pengusaha. Selain itu, masyarakat juga tidak

dilibatkan secara meluas dalam program OVOP. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan program OVOP di Plered belum sesuai dengan prinsip-prinsip OVOP secara keseluruhan. Oleh karena itu, disusun sebuah rekomendasi bagi penerapan OVOP di Plered di masa yang akan datang serta rekomendasi bagi pelaksanaan OVOP di Indonesia secara umum. Rekomendasi bagi pelaksanaan OVOP ditujukan kepada pemerintah sebagai pemangku kebijakan, tim ahli yang terlibat dalam pelaksanaan OVOP adalah desainer, pengrajin/pengusaha, serta masyarakat wilayah tersebut.

Penelitian Nurcahyo *et al.* (2012), membahas tentang kompetensi inti daerah Kabupaten Bekasi sebagai cara untuk pengembangan daerah. Metode yang digunakan adalah *Analytic Hierarchy Process* (AHP) dan *Interpretive Structural Modeling* (ISM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi inti Kabupaten Bekasi yaitu industri tahu dan tempe. Selanjutnya dibentuklah sebuah *road map* pengembangan industri tahu dan tempe untuk Kabupaten Bekasi.

Kompetensi inti ditentukan dari PDRB terbesar, yaitu yang memberikan kontribusi terbesar dalam kegiatan perekonomian Kabupaten Bekasi. Berdasarkan hasil pembobotan dengan AHP, jenis industri pengolahan dari yang paling besar bobotnya adalah industri makanan dan minuman, memiliki bobot sebesar 31,45%. Industri makanan dan minuman adalah industri yang paling berpotensi berdasarkan dari beberapa variabel kompetensi inti yaitu aspek pemasaran, daya dukung lingkungan, dampak sosial, organisasi industri, kapasitas teknologi produksi dan kontribusi pengembangan daerah. Industri makanan dan minuman untuk UMKM pada Kabupaten Bekasi terbagi atas tiga sub usaha melalui ISM dilakukan prioritas pengembangan terhadap usaha tahu dan tempe. *Road Map* pengembangan industri tahu tempe di Kabupaten Bekasi terdiri dari tujuh langkah yang terdiri dari bantuan penyediaan bahan baku, peningkatan pemasaran, membangun mitra dengan koperasi, dukungan modal, penambahan mesin produksi, pelatihan karyawan, dan peningkatan industri.

Menurut Rahmana *et al.* (2012) permasalahan yang dihadapi UMKM adalah kurang permodalan, kesulitan dalam pemasaran, struktur organisasi sederhana dengan pembagian kerja yang tidak baku, kualitas manajemen rendah, sumber daya manusia terbatas dan kualitasnya rendah, kebanyakan tidak mempunyai laporan keuangan, aspek legalitas lemah, dan kualitas teknologi rendah. Permasalahan ini mengakibatkan

lemahnya jaringan usaha, keterbatasan kemampuan penetrasi pasar dan diversifikasi pasar, skala ekonomi terlalu kecil sehingga sukar menekan biaya, margin keuntungan sangat kecil, dan lebih jauh lagi UMKM tidak memiliki keunggulan kompetitif. Melihat berbagai permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan UMKM, maka dibutuhkan suatu strategi pengembangan UMKM agar perkembangan UMKM di Indonesia berjalan dengan cepat, permasalahan yang dihadapi UMKM dapat direduksi, dan UMKM mempunyai keunggulan yang lebih kompetitif

III. PEMBAHASAN

Berdasarkan data kesejahteraan masyarakat yang diukur dengan angka IPM kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2004-2008 dapat dilakukan pengujian statistik uji beda dua rata-rata dengan nilai ditetapkan sebesar 5%. Pengujian untuk membuktikan bahwa kesejahteraan masyarakat di kabupaten lebih rendah daripada kota. Hasil uji beda dua rata-rata ditunjukkan pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5
Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian
Uji Beda Dua Rata-Rata Variabel Kesejahteraan Masyarakat
Indikator IPM antara Kabupaten/Kota di Provinsi
Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta,
Tahun 2004-2008

| Hipotesis | t test | P value | Hasil Pengujian |
|-----------|--------------|-------------|-----------------|
| H1 | -6.521771795 | 1.0473E-07 | Signifikan (*) |
| H2 | -4.634772707 | 5.78345E-05 | Signifikan (*) |

Sumber: Tabel 2 dan Tabel 3.

Keterangan: (*) signifikan pada $\alpha = 0,05$.

Berdasarkan Tabel 5, tampak hipotesis 1 yang menyatakan bahwa IPM kabupaten lebih rendah daripada IPM kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2004 s.d 2008 terbukti signifikan dan hipotesis 2 yang menyatakan bahwa IPM kabupaten lebih rendah daripada IPM kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2004 s.d 2008 juga terbukti signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kabupaten di Provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2004 s.d 2008 lebih rendah tingkat kesejahteraan masyarakatnya daripada daerah kota. IPM yang lebih rendah kabupaten daripada kota

menunjukkan bahwa kabupaten di Provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta lebih rendah tingkat kesejahteraan masyarakatnya daripada kota. Hal ini dapat dipahami bahwa fasilitas yang kurang lengkap untuk kabupaten seperti fasilitas fisik, fasilitas pendidikan, dan fasilitas kesehatan kurang menjamin pencapaian IPM yang lebih tinggi sebagai indikator untuk mengukur kesejahteraan masyarakat. Rendahnya pencapaian IPM di kabupaten yang diareanya ada perdesaan menunjukkan bahwa IPM yang rendah mempunyai kontribusi dalam pengembangan kegiatan ekonomi di perdesaan sehingga kualitas dan daya saing produk UMKM yang dihasilkan rendah.

Oleh karena itu, seperti yang dijelaskan di bagian awal menjadi sangat penting adanya gerakan OVOP di daerah kabupaten dimana terdapat daerah perdesaan dengan memperhatikan perspektif keterkaitan ekonomi dari segi produksi-pemasaran, layanan informasi pasar dan teknologi, distribusi input, modal, dan sumberdaya manusia, infrastruktur dan layanan transportasi dan kelembagaan atau keterkaitan desa-kota secara menyeluruh. Pembangunan ekonomi di daerah perdesaan melalui OVOP yang berbasis potensi ekonomi lokal akan berhasil apabila daerah tersebut memiliki potensi memasarkan berbagai produk (barang dan jasa) ke luar daerah dan hasil dari pendapatan menjual produk ke luar daerah harus dapat menghasilkan perputaran ekonomi yang baru dalam perekonomian lokal melalui pembelian bahan baku dan pengeluaran konsumsi rumah tangga. Pembangunan ekonomi di daerah perdesaan melalui OVOP dengan memperhatikan perspektif keterkaitan ekonomi dari segi produksi-pemasaran, layanan informasi pasar dan teknologi, distribusi input, modal, dan sumberdaya manusia, infrastruktur dan layanan transportasi dan kelembagaan secara menyeluruh berdampak pada peningkatan kualitas produk yang dihasilkannya.

Menurut Kadiman (2005:9-11), pengembangan OVOP di daerah perdesaan dengan memperhatikan perspektif keterkaitan berbagai pihak dibutuhkan komitmen dan kerja nyata dari ketiga aspek yang disebut sebagai *Triple Helix*, meliputi A (*academician*), B (*businessman*), dan G (*government*). *Triple helix* merupakan salah satu solusi dari kendala-kendala yang dihadapi oleh para pelaku bisnis dan memudahkannya terciptanya kolaborasi mutualisme antara ketiga pihak yang terlibat di dalamnya. Diharapkan hubungan yang lebih terbuka dan saling menguntungkan akan dapat

dilakukan antara pihak akademisi dengan pemerintah, akademisi dengan pelaku bisnis, dan pelaku bisnis dengan pemerintah.

Menurut Ulum (2011), dalam mengembangkan OVOP diperlukan peran tiga pihak yaitu pemerintah, swasta dan intelektual yang wajib menopang usaha kecil menengah (UMKM). Secara berkesinambungan diperlukan peran unsur *triple helix* yang meliputi perguruan tinggi, pemerintah, dan perusahaan untuk mendukung perkembangan UMKM agar mampu meningkatkan daya saing produknya dalam perdagangan pasar nasional maupun global. Di samping itu, UMKM perlu memiliki jejaring dengan sesama UMKM yang terkluster sesuai bidang gerakannya dan terus melakukan interaksi positif. Kegiatan ini bertujuan untuk mendorong terciptanya inovasi dan mengembangkan *skill* dalam melakukan peningkatan kualitas produk agar mampu bersaing. Pendapat ini mendukung hasil penelitian Sajarwan *et al.* (2009), Saputro *et al.* (2010), dan Rahmana *et al.* (2012), bahwa perusahaan harus mampu mengoptimalkan potensi sumber daya yang ada guna meningkatkan daya saing. Dalam era globalisasi, dipastikan bahwa produk-produk yang unggul hanya berasal dari perusahaan-perusahaan yang unggul. Perusahaan-perusahaan yang unggul tentu memiliki *Strategy Business Unit* (SBU) yang handal pula. Pendapat ini juga mendukung hasil penelitian Patrisina dan Beni Harma (2011), bahwa pendirian *distribution centre* dari segi aspek teknis dan keuangan untuk mengkoordinasikan kegiatan antara produsen dan konsumen Sulaman/Bordir dalam konsep manajemen rantai pasok dengan kriteria minimasi total ongkos sistem keseluruhan.

Perguruan tinggi mempunyai peran penting dalam mengembangkan UMKM yang menerapkan OVOP di perdesaan melalui pengembangan sumberdaya manusia di perdesaan karena Tridharma Perguruan Tinggi menyebutkan bahwa kewajiban dosen adalah melakukan pengajaran dan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Dana yang dialokasikan pemerintah untuk membiayai penelitian dimaksudkan untuk memotivasi penelitian-penelitian yang melahirkan inovasi teknologi dan ide kreatif. Hasil penelitian akademisi perguruan tinggi diharapkan tidak hanya melayani kebutuhan ilmu pengetahuan semata, namun juga sebagai solusi permasalahan pemerintah di dalam menentukan kebijakan dan regulasi yang berkaitan dengan masyarakat pebisnis khususnya menjadi solusi bagi UMKM yang menerapkan OVOP di perdesaan karena

berbagai kelemahan yang ada di perdesaan. Pendapat ini mendukung hasil penelitian Triharini *et al.* (2012), bahwa pengembangan desain produk kerajinan oleh perguruan tinggi memegang peran yang sangat penting sehingga diperlukan peran desainer yang sangat kuat untuk dapat mengembangkan desain yang dapat memahami kebutuhan pasar sekaligus mempertahankan nilai-nilai tradisional kerajinan dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh industri.

Perguruan tinggi juga dapat berperan banyak melalui interdisipliner ilmu pengetahuan dalam rangka pengabdian masyarakat melalui kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di perdesaan. Di samping itu, perguruan tinggi harus membangun kerja sama dengan berbagai pihak untuk layanan dan pengembangan bisnis, pemerintahan, dan kemasyarakatan serta membangun dan mengembangkan jaringan informasi, media komunikasi, dan *database* untuk kepentingan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Dengan demikian, perguruan tinggi harus mampu bekerjasama dengan berbagai pihak untuk mendukung dan mengembangkan gerakan OVOP yang berujung pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan kualitas produk yang dihasilkannya.

Pendapat ini mendukung hasil penelitian Adirestuty *et al.* (2011), bahwa gerakan OVOP untuk mendongkrak produk lokal agar bersaing di tatanan nasional dan global dapat dilakukan melalui pemberdayaan fungsi Himpunan Mahasiswa Daerah sebagai *agent of exchange* dan inkubator bisnis kampus dalam proses perluasan pemasaran, meningkatkan penjualan produk lokal, sampai pada peningkatan wirausaha di dalamnya, maupun pengembangan penyerapan tenaga kerja di daerah sehingga diharapkan terjadi *trickle down effect* dari inkubator bisnis yang berimbas pada kemajuan UMKM di setiap daerah. Pendapat ini juga mendukung hasil penelitian Firdaus (2011), bahwa PKPU sebagai lembaga pemberdayaan masyarakat berpartisipasi dalam mengembangkan dan mengimplementasikan program OVOP dengan cara mendampingi masyarakat mulai dari pemilihan bibit, pengolahan lahan hingga metodologi pemasaran. PKPU menerapkan metodologi partisipatif selama dua tahun dan hanya mendampingi dan memfasilitasi kegiatan-kegiatan masyarakat. Pendapat ini juga mendukung hasil penelitian Nurcahyo *et al.* (2012), bahwa kompetensi inti (OVOP) daerah Kabupaten Bekasi sebagai cara untuk pengembangan daerah melalui metode yang digunakan yaitu *Analytic Hierarchy Process*

(AHP) dan *Interpretive Structural Modeling* (ISM) menunjukkan bahwa kompetensi inti Kabupaten Bekasi yaitu industri tahu dan tempe. Selanjutnya dibentuklah sebuah *road map* pengembangan industri tahu dan tempe untuk Kabupaten Bekasi. Inilah peran nyata perguruan tinggi dalam mengembangkan OVOP dalam rangka meningkatkan daya saing produk UMKM di Indonesia.

Pemerintah mempunyai peranan penting dalam mengembangkan dan mengoptimalkan potensi produk unggulan lokal daerah di wilayah Indonesia melalui pembuatan regulasi untuk menerapkan konsep OVOP beserta petunjuk teknis pelaksanaan OVOP agar dapat diimplikasikan di setiap daerah di Indonesia sehingga mampu mengembangkan perekonomian daerah. Pemerintah kabupaten/kota mempunyai peran yang penting dalam membangun potensi produk unggulan lokal di daerahnya. Pemerintah harus mampu menjadi penggerak dilaksanakannya gerakan OVOP di setiap desa yang mempunyai produk unggulan. Regulasi untuk menerapkan OVOP yang telah digulirkan di tingkat pusat, harus memiliki turunan petunjuk pelaksanaan bagi daerah sehingga daerah dapat mengimplementasikan OVOP dengan efektif (Ulum, 2011). Pendapat ini mendukung hasil penelitian Triharini *et al.* (2012), bahwa pemerintah mempunyai peran penting dalam konsistensinya melaksanakan dan mengawasi berjalannya program OVOP yang telah disusun.

Diskoordinasi antarpemerintahan seringkali menjadi penyebab lambannya atau gagalnya implementasi kebijakan yang diputuskan oleh pemerintah itu sendiri. Diskoordinasi muncul karena kontroversi antara pemerintah provinsi dengan pemerintah kabupaten/kota. Di satu pihak, pemerintah provinsi beranggapan bahwa selama ini mereka telah berperan aktif dalam setiap kerjasama antardaerah, sementara pihak kabupaten/kota justru berpendapat lain. Menilai bahwa selama ini pemerintah provinsi tidak optimal untuk tidak mengatakan tidak berperan sama sekali. Sekalipun dalam perkembangannya karena alasan kewenangan yang melekat pada provinsi sehingga provinsi dengan sendirinya harus terlibat, seperti dalam aspek legalitas terutama saat penandatanganan keputusan atau kesepakatan kerjasama. Munculnya perbedaan pendapat seperti telah disebutkan tadi, berkembang terutama dilatari oleh egosentrisme kabupaten/kota yang tidak lepas dari semangat pemberlakuan UU Nomor 22 Tahun 1999 dan UU Nomor 25 Tahun 1999 yang direvisi menjadi UU Nomor 32 Tahun

2004 dan UU Nomor 33 Tahun 2004. Pendapat ini mendukung hasil penelitian Pasaribu *et al.* (2011), bahwa keterbatasan faktor-faktor internal dalam berbagai bentuk yang menghambat gerakan OVOP dalam rangka meningkatkan daya saing produk UMKM di Indonesia antara lain adanya peraturan perundangan dan lemahnya koordinasi antarinstansi terkait, terutama dalam hal pembiayaan yang mengakibatkan tersekatnya pelaksanaan kegiatan di lapangan.

Adanya pengaturan baru yang mempertajam peran pemerintah provinsi sebagai wakil pemerintah pusat dan sekaligus sebagai daerah otonom, maka diharapkan tidak akan terjadi disharmoni hubungan antara pemerintah provinsi dengan pemerintah kabupaten/kota di wilayahnya. Hal tersebut sebagaimana tercantum pada penjelasan UU Nomor 32 Tahun 2004, yang menyatakan bahwa Gubernur sebagai Kepala Daerah Provinsi berfungsi pula selaku wakil Pemerintah di daerah dalam pengertian untuk menjembatani dan memperpendek rentang kendali pelaksanaan tugas dan fungsi Pemerintah termasuk dalam pembinaan dan pengawasan terhadap penyelenggaraan urusan pemerintahan pada strata pemerintahan kabupaten dan kota.

Upaya pembinaan oleh pemerintah provinsi terhadap kabupaten/kota yang ada di wilayahnya dapat dilaksanakan melalui kerjasama antardaerah, dimana pengaturan tentang kerjasama antardaerah itu sendiri sebenarnya telah terwadahi di dalam Pasal 195 UU Nomor 32 Tahun 2004, yaitu bahwa:

1. Dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat, daerah dapat mengadakan kerjasama dengan daerah lain yang didasarkan pada pertimbangan efisiensi dan efektivitas layanan publik, sinergi, dan saling menguntungkan.
2. Kerjasama sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diwujudkan dalam bentuk badan kerjasama antardaerah yang diatur dengan keputusan bersama.
3. Dalam penyediaan layanan publik, daerah dapat bekerjasama dengan pihak ketiga.
4. Kerjasama sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) yang membebani masyarakat dan daerah harus mendapatkan persetujuan DPRD.

Berdasarkan substansi pasal tersebut maka dapat dijelaskan bahwa kerjasama antardaerah dilakukan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat daerah, terutama dalam hal layanan publik. Hal ini sejalan dengan keberadaan pemerintahan

pemerintahan pada dasarnya untuk memberikan layanan publik kepada masyarakat.

Dalam konteks ini, peran pemerintah provinsi untuk melakukan koordinasi terhadap kabupaten/kota yang ada di wilayahnya sangat diperlukan. Hal ini sebagaimana diatur dalam pasal 4 ayat (4) PP Nomor 79 Tahun 2005. Koordinasi antar kabupaten/kota dalam satu provinsi sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilaksanakan oleh Gubernur.

Perusahaan merupakan penggerak UMKM agar bertumbuh, berkembang, dan mampu menghasilkan produk yang mampu bersaing di pasar nasional dan global. Untuk itu, diperlukan peran perusahaan sebagai bapak angkat dalam meningkatkan skala usaha melalui aliran pendanaan kepada UMKM yang menerapkan OVOP di perdesaan, dalam membantu distribusi produk UMKM untuk dapat dipasarkan ke pasar yang lebih luas sehingga produk UMKM akan tersebar di pasar dan mudah dikenal secara global melalui *sharing information* di *web* dunia maya, dalam menyediakan bahan baku tertentu dalam jumlah besar sehingga UMKM dapat memperoleh bahan baku yang dibutuhkan dengan harga yang dapat ditekan menjadi lebih murah dengan tujuan harga produk UMKM menjadi lebih mampu bersaing. Pendapat ini mendukung hasil penelitian Budiyanto (2011), bahwa pola kluster merupakan pengembangan kelembagaan industri pangan organik dengan cara pengelompokkan lembaga pangan organik (termasuk UMKM) dalam suatu kawasan atau menetapkan wilayah sebagai kawasan usaha/industri tertentu seperti yang dimaksud pada gerakan OVOP. Pola kluster mampu meningkatkan kinerja penyediaan, distribusi, pemasaran, dan utilitas industri pangan organik di Kabupaten Lumajang, Provinsi Jawa Timur.

Perusahaan dapat juga mengembangkan UMKM yang menerapkan OVOP di perdesaan melalui program CSR yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Dengan demikian, CSR tidak akan disalahgunakan hanya sebagai *marketing gimmick* untuk melakukan *corporate greenwash* atau pengelabuan citra perusahaan belaka

IV. SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan, maka disimpulkan bahwa:

1. *One Village One Product (OVOP)* atau satu desa satu produk adalah pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah untuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik khas daerah dengan memanfaatkan sumberdaya lokal. Satu desa sebagaimana dimaksud dapat diperluas menjadi kecamatan, kabupaten/kota, maupun kesatuan wilayah lainnya sesuai dengan potensi dan skala usaha secara ekonomis. Gerakan OVOP mempunyai tiga prinsip yang harus dimiliki oleh daerah-daerah yang akan menerapkan gerakan OVOP untuk mengembangkan produk-produk unggulan lokal yang dimiliki oleh daerah, yaitu prinsip berpikir secara global berkegiatan secara lokal, usaha mandiri dengan inisiatif dan kreativitas, serta perkembangan sumberdaya manusia. Tujuan pengembangan produk unggulan daerah melalui gerakan OVOP adalah mengembangkan produk unggulan daerah yang memiliki potensi pemasaran lokal maupun global, mengembangkan dan meningkatkan kualitas serta nilai tambah produk agar dapat bersaing dengan produk impor, dan khusus kegiatan OVOP yang dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan UKM dalam mengembangkan OVOP harus melalui Koperasi dan UKM.
2. Pendekatan OVOP dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas produk UMKM dan mengurangi kemiskinan. Peningkatan daya saing produk UMKM ini sangat penting karena UMKM mempunyai kontribusi yang cukup besar sebagai tulang punggung perekonomian nasional, yaitu UMKM saat ini jumlahnya sekitar 51,26 juta unit atau 99,91% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia, memberikan sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp2.609,4 triliun atau 55,6%, mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 91,8 Juta atau 97,33%, dan mempunyai kontribusi ekspor nonmigas sebesar Rp142,8 triliun atau 20%. Peningkatan kualitas produk UMKM dapat meningkatkan kualitas hidup manusia yang berkecimpung dalam UMKM sehingga akan meningkatkan pendapatan dan mengurangi kemiskinan masyarakat setempat.
3. Model pengembangan OVOP untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di Indonesia dapat dilakukan dengan *Triple Helix* dengan pembagian peran yang jelas dari tiga pemangku kepentingan, adanya perencanaan yang baik, adanya tahapan kegiatan, dan komitmen bersama tiga pemangku kepentingan untuk memperkuat UMKM di Indonesia. Ketiga pemangku kepentingan dalam *Triple Helix*, yaitu A

(*academician* atau perguruan tinggi), B (*businessman* atau perusahaan sebagai pelaku bisnis), dan G (*government* atau pemerintah). Perguruan tinggi melalui Tri Dharma Perguruan Tinggi dapat melakukan penelitian dan pengabdian masyarakat untuk melayani kebutuhan ilmu pengetahuan dan juga menjadi solusi permasalahan pemerintah di dalam menentukan kebijakan dan regulasi yang berkaitan dengan masyarakat pebisnis, khususnya UMKM. Pemerintah dapat memberikan stimulus positif yang dapat merangsang pertumbuhan dan perkembangan investasi bisnis sekaligus mendorong atmosfer bisnis yang kondusif dengan mengurangi pembatasan-pembatasan yang menyulitkan perkembangan dan inovasi berbisnis, melindungi karya-karya inovasi bisnis, dan mengimplementasikan aturan pemerintah yang berkaitan etika berbisnis sehingga tercipta persaingan bisnis yang sehat. Perusahaan berkewajiban untuk memberikan kontribusi dalam menciptakan iklim bisnis yang baik, seperti menerapkan etika berbisnis, berkomitmen pada *corporate social responsibility* (CSR), dan menjadi *partner* pemerintah untuk mendukung pertumbuhan ekonomi secara nasional.

4.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang dihasilkan dalam penelitian ini, maka disampaikan beberapa saran yang diharapkan berguna untuk kepentingan penelitian selanjutnya dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan OVOP dan peningkatan daya saing UMKM di Indonesia, yaitu:

1. Perlu sinergi dan kerjasama yang kuat dalam mengembangkan OVOP untuk meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia antara ketiga pemangku kepentingan dalam *Triple Helix*. Saran ini berdasarkan pembahasan berbagai hasil penelitian yang menunjukkan bahwa antara perguruan tinggi, pemerintah, dan perusahaan baik secara intern di masing-masing perguruan tinggi, pemerintah, dan perusahaan maupun ekstern di antara perguruan tinggi, pemerintah, dan perusahaan masih kurang koordinasi dalam mendukung gerakan OVOP. Ketiga pemangku kepentingan tersebut masih berjalan sendiri-sendiri, baik secara individu maupun bersama.
2. Otonomi daerah yang telah berlangsung hampir 12 tahun ini telah menonjolkan *egocentris* daerah dan persaingan antardaerah kabupaten/kota yang sangat tinggi

dalam rangka mencapai target perolehan sumber dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) khususnya dana Pendapatan Asli Daerah (PAD). *Egocentris* daerah dan persaingan antardaerah yang sangat tinggi mengakibatkan pengembangan UMKM menjadi terkendala dan kurang koordinasi. Oleh karena itu, diperlukan peran pemerintah yang kuat khususnya pemerintah provinsi sebagai wakil pemerintah pusat dalam hal koordinasi dan sinergitas pembangunan daerah kabupaten/kota.

3. Kelemahan pengembangan UMKM dalam hal pendanaan, peningkatan kualitas, dan daya saing produk dapat diatasi dengan melibatkan pihak perusahaan dalam menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Selama ini, kegiatan CSR perusahaan masih lebih banyak melihat kepentingan perusahaan belum banyak melihat kepentingan pihak lain khususnya UMKM.

V. DAFTAR PUSTAKA

Adirestuty, Fitrianty, Nida Afifah, dan Ade Suyitno, (2011), *Mendongkrak Produk Lokal Dengan Pendekatan OVOP Melalui Pemberdayaan Himpunan Mahasiswa Daerah pada Inkubator Bisnis Kampus*, UPI Bandung, download tanggal 11 Oktober 2012.

Arsyad, Lincoln, (2010), *Ekonomi Pembangunan*, Edisi 5, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

Badan Pusat Statistik, (2008), *Susenas Panel Modul Konsumsi Maret 2008*, Badan Pusat Statistik, Jakarta.

_____, (2009), *Indeks Pembangunan Manusia*, Badan Pusat Statistik, Jakarta.

Badrudin, Rudy, (2011), "Pengaruh Belanja Modal pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah dan Pertumbuhan Ekonomi terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah", *Jurnal Akuntansi & Manajemen*, Vol. 22, No. 1:39-66.

Budiyanto, Moch. Agus Krisno, (2011), "Optimasi Pengembangan Kelembagaan Industri Pangan Organik di Jawa Timur", *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 12, No. 2:169–176

Darwanto, Herry, (2002), *Prinsip Dasar Pembangunan Ekonomi Daerah*, Jakarta.

Firdaus, Ahmad, (2010), *Memberdayakan Desa dengan Produk Unggulan*, download dari <http://www.pkpu.or.id> tanggal 11 Oktober 2012.

Kadiman, Kusmayanto, (2005), *The Triple Helix and The Public*. Dipresentasikan pada Seminar *on Balanced Perspective in Business Practices, Governance, and Personal Life*. Jakarta.

Kuncoro, Mudrajad, (2010), *Ekonomika Pembangunan: Masalah, Kebijakan, dan Politik*, Edisi.5, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kusreni, Sri, 2009, "Pengaruh Perubahan Struktur Ekonomi terhadap Spesialisasi Sektoral dan Wilayah serta Struktur Penyerapan Tenaga Kerja Sektoral untuk Daerah Perkotaan di Jawa Timur", *Majalah EKONOMI*, Vol. XIX, No. 1:20-31.

Maryanti, Sri, (2011), *Gerakan One Village One Product (OVOP): Gerakan Satu Nagari Satu Produk*, Jakarta, download tanggal 11 Oktober 2012

Muafi, Titik Kusmantini, dan Hendri Gusaptono, (2009), "Penguatan Ekonomi Lokal Melalui *E-Readiness* Berbasis *One Village One Product (OVOP)*", *Ekuitas*, Vol. 9, No. 1:16-28.

Nurchahyo, Rahmat, Farizal, Edwin Setiadi, dan Saparudin, (2012), "Penentuan Dan Pengembangan Kompetensi Inti Kabupaten Bekasi", *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 13, No. 1:37-42

Pasaribu, Sahat M, (2011), "Pengembangan Agro-Industri Perdesaan Dengan Pendekatan *One Village One Product (Ovop)*", *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, Vol. 29, No. 1:1-11.

Patrisina, Reinny dan Beni Harma, (2011), "Analisis Aspek Teknis dan Keuangan Pendirian *Distribution Centre* untuk Program *One Village One Product (OVOP)*: Studi Kasus Sulaman/Bordir Agam", *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 9, No. 1:1-24.

Rahmana, Arief, Yani Iriani, dan Riena Oktarina, (2012), "Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan", *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 13, No. 1:14-21.

Sajarwan, Akhmad, Muses Embang, Mofit Saptono, Abdul Mukti, Revi Sumaryati, Merry Lidia, dan Pandri Yani, (2009), "Studi Pengembangan Program Satu Desa Satu Produk (*One Village One Product*) di Kota Palangka Raya", *Bulletin Litbang*, Vol. 1, No. 01:3-14.

Saleh, Samsubar. 2002. "Faktor-Faktor Penentu Tingkat Kemiskinan Regional di Indonesia". *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Ekonomi Negara Berkembang*. Vol. 7, No. 2: 87 – 102.

Saputro, J.W., Putu Wuri Handayani, Achmad Nizar Hidayanto, dan Indra Budi, (2010), "Peta Rencana (*Roadmap*) Riset *Enterprise Resource Planning* (ERP) dengan Fokus Riset Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) di Indonesia", *Journal of Information Systems*, Vol. 6, No. 2:140-145.

Soemarno, (2011), *Perencanaan Pengembangan Wilayah: Model Pengembangan Kawasan Agribisnis Cabe Pemberdayaan Potensi Wira-Usaha Petani Kecil melalui Pendampingan*, Surabaya.

Sulekale, Dalle Daniel, (2003), "Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Era Otonomi Daerah". *Jurnal Ekonomi Rakyat*. Vol. 2, No. 2.

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.

Ulum, Saiful, (2011), *Penguatan Produk Lokal Melalui Konsep OVOP*, download dari <http://www.bawean.net>. tanggal 11 Oktober 2012.

Wahyuningsih, Sri, (2009). "Peranan UKM Dalam Perekonomian Indonesia", *Mediagro*, Vol. 5, No.1, 2009:1-14.

Waluyo, Joko, (2007), *Fiscal Decentralization: Dampak Desentralisasi Fiskal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Ketimpangan Pendapatan Antardaerah di Indonesia*, Makalah Pusat Studi Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, download tanggal 28 Juli 2010.