

**PERAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PEMBERDAYAAN UMKM  
BERBASIS “ONE VILLAGE ONE PRODUCT (OVOP) SEBAGAI GERAKAN  
EKONOMI BERNILAI KEARIFAN LOKAL” (STUDI KASUS PADA UMKM  
BATIK BAGUS WARNA ALAM DAN KERAJINAN KULIT MASIN,  
KABUPATEN BATANG)**

Arina Hidayati

Farah Dzil Barr

Universitas Selamat Sri

OVOP (*One Village One Product*) menjadi salah satu program yang diunggulkan dalam pemerintahan Kabupaten Batang. Program yang diawali dari ketertarikan seorang Gubernur Jepang dalam rangka mensejahterakan masyarakat desa ini cukup memberikan perhatian masyarakat di Indonesia. Melalui program OVOP diharapkan dapat mewujudkan pertumbuhan ekonomi sebuah Bangsa. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menggali informasi terkait (1) Bentuk pelaksanaan program OVOP di Kabupaten Batang, (2) Strategi pemerintah dalam pemberdayaan UMKM berbasis OVOP di Kabupaten Batang, (3) Teknik pemberdayaan UMKM di Kabupaten Batang yang mampu menggerakkan ekonomi berkearifan lokal. Penelitian ini dilaksanakan dengan metode kualitatif, yang berdesain studi kasus. Penelitian dibatasi pada UMKM berbasis OVOP di Kabupaten Batang, yang diambil dua UMKM. Keduanya merupakan UMKM Batik Bagus Warna Alam dan UMKM Kerajinan Kulit Masin. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan kajian dokumen. Teknik analisis data dilakukan melalui analisis domain *Spradley*. Uji keabsahan data pada penelitian ini dilakukan dengan teknik kredibilitas data. Teknik kredibilitas data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi. Adapun triangulasi yang diambil terdiri adalah triangulasi waktu, sumber dan pengumpulan data.

Kata Kunci: *One Village One Product*, Usaha Mikro Kecil Menengah, Kabupaten Batang, Ekonomi Kearifan Lokal

## A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peran yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara (Ling: 2013; Başçı̇ and Durucaṅ: 2017) tidak terkecuali Indonesia (Rakhmawati, 2019). Pada negara

berkembang, UMKM berperan penting secara sosial dan ekonomi karena sejumlah alasan, antara lain: (1) penyebaran yang luas di seluruh wilayah pedesaan sehingga dapat menunjang pembangunan ekonomi desa, (2) meningkatkan jumlah tenaga kerja, (3) peran UMKM dalam peningkatan ketrampilan

bisnis dan wirausaha, (4) sebagai sumber bisnis bagi perempuan (Tambunan, 2019).

Meskipun demikian masih banyak kelemahan yang menghambat perkembangan UMKM, diantaranya adalah di bidang modal dan pemasaran (Asmalidar, 2015). Tidak hanya dilihat dari segi pemasaran, persaingan UMKM Indonesia yang menawarkan produk dalam negeri juga dinilai sangat rendah. Berdasarkan catatan dari sebuah penelitian INDEF, produk Indonesia yang masuk ke dalam pasar e-commerce hanya 7%, sedangkan 93% lainnya berasal dari produk luar negeri (CNBC Indonesia, 2019). Permasalahan lain adalah meskipun UMKM memberikan kontribusi terbesar bagi perekonomian di Indonesia, namun hanya 57,6% yang berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) (Rakhmawati, 2019). Berbagai kelebihan dan potensi UMKM di atas ternyata belum mampu mengimbangi persoalan daya saing produk lokal yang rendah.

Permasalahan di atas menjadi tugas bagi pemerintah dan masyarakat Indonesia, tidak terkecuali pemerintah Kabupaten Batang. Bapak Bupati Batang Wihaji menyampaikan bahwa potensi setiap daerah hendaknya dioptimalkan melalui program

*One Village One Product* untuk meningkatkan jumlah produktivitas daerah ([www.jateng.tribunnews.com](http://www.jateng.tribunnews.com)). Pendekatan *One Village One Product* mulai diadopsi oleh sebagian besar Negara Asia mulai tahun 2006 (Cahyani, 2013). Pendekatan ini dicetuskan oleh Gubernur Oita di Jepang dalam pengembangan ekonomi sejak tahun 1970 (Ngugi dan Bwisa, 2013). OVOP merupakan sebuah pendekatan yang memberdayakan produk-produk unggulan yang dimiliki oleh setiap daerah dengan tujuan memajukan ekonomi daerah. OVOP bertujuan untuk mengurangi gap kegiatan pembangunan di kota dan pedesaan dengan mengembangkan ekonomi rakyat berbasis potensi lokal, nilai tambah lokal dan mendorong semangat penciptaan kemandirian masyarakat (Cahyani: 2013).

Dengan demikian melalui OVOP pemerintah daerah kabupaten Batang diharapkan dapat menjawab permasalahan utama yang menjadi fokus daerah yaitu (1) peningkatan perekonomian daerah, (2) peningkatan potensi pariwisata daerah dan (3) optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam penyelenggaraan program pemerintah. OVOP dapat menjadi salah satu alternatif solusi atas produk lokal yang belum banyak ikut bersaing dengan produk luar negeri.

Pelaksanaan OVOP menurut Kementerian Koperasi dan UKM RI (2014) dapat dilakukan dengan mengoptimalkan peran pemerintah, perguruan tinggi dan UMKM itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang tersebut, Ratmono, Hendri, dan Yateno (2016) menyatakan misi program OVOP antara lain: (1) produk lokal yang mengglobal, (2) menghasilkan produk atas kreativitas dan dengan kemampuan sendiri, (3) mampu mengembangkan kemampuan sumberdaya manusia. Misi program OVOP dapat dilancarkan melalui beberapa aspek penentu keterlaksanaan antara lain : tujuan pelaksanaan, inisiator OVOP, sumber pendanaan, tahap-tahap pelaksanaan, bentuk partisipasi dalam menentukan produk unggulan, desain dan desainer, bentuk pendampingan dan jalur pemasaran (Triharini, Larasati, Susanto: 2014).

Peningkatan nilai kearifan lokal merupakan salah satu manfaat yang diperoleh dari program OVOP dalam mengembangkan potensi UMKM (Triharini, Larasati, Susanto: 2014). Hal ini dikarenakan produk UMKM berbasis OVOP akan menghasilkan nilai-nilai budaya yang diwariskan kepada masyarakat. Nilai budaya yang muncul dari ide-ide kreatif dapat dijual

dan memiliki nilai ekonomi. Artinya, pengembangan ekonomi kreatif berkearifan lokal menjadi solusi untuk menstimulus perkembangan ekonomi kreatif agar bisa mandiri dan mengembangkan usaha daerah (Azizah, 2017).

Agung (2015) dalam penelitiannya Pengembangan Model Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat menyebutkan bahwa ekonomi bernilai kearifan lokal dapat dicapai melalui; (1) Sinergitas pihak-pihak terkait, dalam hal ini pemerintahan daerah dan UMKM yang lain. (2) Merangkai ide-ide kreatif. (3) Mengaitkan ide-ide ekonomi dengan kebutuhan pasar, sehingga mudah mendapatkan nilai tambah. (4) Menyesuaikan dengan lingkungan dan teknologi baru. (5) Memperhatikan kelestarian lingkungan alam dan budaya. (6) Produk memiliki ciri khas daerah tertentu. (7) Produk memiliki daya tarik untuk dipasarkan.

Berdasarkan permasalahan di atas, dapat ditarik benang merah bahwa perlu ada peran pemerintah daerah dalam pemberdayaan UMKM berbasis OVOP. Peran pemerintah daerah dalam pemberdayaan UMKM berbasis OVOP.

Peran pemerintah daerah dalam pemberdayaan UMKM diharapkan dapat meningkatkan gerakan ekonomi yang bernilai kearifan lokal. Penelitian ini menjadi salah satu kajian yang penting untuk diteliti, dikarenakan jumlah UMKM berbasis OVOP di Kabupaten Batang belum banyak. Hal ini dilihat dari target rencana aksi kinerja Dinas perindustrian, perdagangan dan koperasi (DISPERINDAGKOP) tahun 2018 yang menetapkan jumlah produk OVOP di UMKM sebesar 40 produk

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui secara mendalam terkait dengan peran pemerintah daerah dalam upaya pemberdayaan UMKM berbasis OVOP sebagai ekonomi kerakyatan. Penelitian yang bermaksud mencari informasi tertentu secara luas dan mendalam dapat dilakukan dengan metode kualitatif (Denzin dan Lincoln (2000: 8). Penelitian kualitatif yang dilakukan peneliti ini bersifat studi kasus. Hal ini dikarenakan peneliti hanya akan menyampaikan informasi yang berkaitan dengan kasus di Kabupaten Batang.

Data primer yang diperoleh peneliti berdasarkan klasifikasi rumusan masalah

([https://disperindagkop.batangkab.go.id/lamp/download/20180827020429-4-0-Rencana\\_Aksi.pdf](https://disperindagkop.batangkab.go.id/lamp/download/20180827020429-4-0-Rencana_Aksi.pdf)) dari 1214 UMKM yang terdaftar Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) tahun 2018 (<http://data.batangkab.go.id/dataset/jumlahsuratijinusahaperdagangansiuptions/rutjenisperdagangandankecamatanidikabupatenbatangthn2018>). Dengan diharapkan penelitian ini mampu mengungkap peran pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di Kabupaten Batang.

yang akan diteliti. Data pertama peneliti melakukan penelitian terhadap beberapa pejabat daerah (Disperindagkop dan BAPPEDA Ekonomi) untuk mengetahui bagaimana peran mereka dalam memberdayakan UMKM. Sedangkan data sekunder akan peneliti ambil dari beberapa informasi tidak langsung yang berkaitan dengan rumusan masalah. Adapun teknik penentuan subjek penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini menentukan beberapa informan kunci yang dibatasi pada fokus dan rumusan masalah. Subjek penelitian selanjutnya, yang diambil dari UMKM difokuskan pada pemilik usaha Batik Warna Alam Desa

Denasri-Batang dan UMKM Kerajinan Kulit Desa Masin Warungasem.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan wawancara, observasi dan kajian dokumen. Langkah peneliti selanjutnya setelah mendapatkan data adalah mengumpulkan data berdasarkan teknik analisis domain (*Spradley*). Analisis data menggunakan teknik analisis domain dilakukan dengan

mengklasifikasi hasil penelitian sesuai dengan poin-poin pada rumusan masalah. Uji validitas data dilakukan peneliti dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi yang digunakan peneliti ada tiga jenis yaitu: triangulasi sumber, triangulasi waktu dan triangulasi data. Artinya, peneliti akan mengolah data hasil penelitian dengan mengulang dan mengevaluasi berdasarkan data, sumber dan waktu yang berbeda.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan fokus penelitian yang dibuat peneliti, penelitian ini berfokus pada peran pemerintah dalam pemberdayaan UMKM berbasis OVOP sebagai gerakan ekonomi bernilai kearifan lokal. Adapun tujuan dari penelitian ini terdiri dari (1) Bentuk pelaksanaan program OVOP di Kabupaten Batang, (2) Strategi pemerintah dalam pemberdayaan UMKM berbasis OVOP di Kabupaten Batang, (3) Teknik pemberdayaan UMKM di Kabupaten Batang yang mampu menggerakkan ekonomi berkearifan lokal.

#### 1. Bentuk Pelaksanaan Program OVOP di Kabupaten Batang

Bentuk pelaksanaan program OVOP dapat disajikan dalam Gambar 1. Berdasarkan gambar tersebut dapat

dijelaskan sebagai berikut. Proses pelaksanaan program OVOP di Kabupaten Batang diawali dengan proses seleksi dan penetapan produk. Proses ini dilakukan dengan melibatkan pihak Pemerintah Provinsi dan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) bidang Ekonomi. Langkah awal sebelum proses penetapan produk, terlebih dahulu pemerintah melakukan pemetaan daerah yang memiliki potensi dan keunggulan produk (Ministry of Cooperatives and SME Republic Indonesia; 2014). Langkah selanjutnya setelah pemetaan daerah dilakukan seleksi produk dan jenis UMKM yang layak untuk dimasukkan ke dalam program OVOP. Kelayakan UMKM berbasis OVOP disyaratkan sudah

memiliki surat izin usaha dan mengajukan permohonan seleksi produk (Cahyani,2013). Hasil penelitian yang diperoleh pada UMKM Batik Bagus Warna Alam dan Kerajinan Kulit di Masin, bahwa kedua UMKM yang terdaftar ini telah memiliki Surat Ijin Usaha dan Perdagangan yang diluncurkan oleh Disperindagkop.

Proses selanjutnya dilakukan seleksi produk. Menurut Rakhmawati (2019) pesyaratan umum yang harus dipenuhi dalam produk OVOP adalah memiliki nilai kearifan, berpotensi untuk ekspor dan proses produksi dilaksanakan secara berkelanjutan. Selain itu, seleksi bahan baku juga perlu dilakukan untuk meningkatkan nilai kearifan sebuah produk. Hal ini sesuai dengan pendapat Azizah (2017) bahwa untuk meningkatkan nilai kearifan lokal hendaknya mengembangkan sumber daya alam lokal yang tersedia. Namun fakta yang peneliti peroleh di lapangan, mengenai bahan baku lokal tidak terlalu dipersoalkan sebagai syarat utama diterimanya UMKM dalam program OVOP. Pemerintah daerah yang berperan dalam proses seleksi produk di UMKM berbasis OVOP Kabupaten Batang adalah Disperindagkop dan

Dinas Pangan dan Pertanian, bukan dari pemerintah provinsi. Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan dalam *Ministry of Cooperatives and SME Republic Indonesia* (2014), bahwa peran pemerintah kabupaten adalah melakukan pemetaan potensi UMKM. Dimana proses pemetaan ini tidak lepas dari seleksi produk UMKM (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Bidang Ekonomi, 2018).

Bentuk pelaksanaan program OVOP kedua adalah meningkatkan aspek pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak yang terlibat dalam usaha peningkatan aspek pasar adalah Disperindagkop, dan Dinas Pangan dan Pertanian, Perguruan Tinggi. Hal ini serupa dengan hasil kajian pemetaan yang direncanakan oleh BAPPEDA Ekonomi (2018). Adapun beberapa strategi yang dilakukan Disperindagkop untuk meningkatkan aspek pasar adalah kegiatan seminar, workshop dan bimbingan teknik. Sedangkan upaya mengikutsertakan UMKM berbasis OVOP dalam sebuah pameran, hanya dilakukan dalam waktu tertentu (dan cenderung tidak terjadwal), kecuali pameran yang diselenggarakan

pemerintah daerah sendiri (seperti Batang Expo, Pameran Buku, dsb). Upaya yang dilakukan oleh Disperindagkop sudah sesuai dengan teori dari *Ministry of Cooperatives and SME Republic Indonesia* (2014), Triharini, Larasati, Susanto.(2014), Kementerian Koperasi dan UKM (2013). Namun pada prosesnya, seminar dan pelatihan yang dilakukan Disperindagkop tidak selalu menitikberatkan pada kebutuhan masing-masing UMKM. Artinya, UMKM hanya diberi materi motivasi dan stimulus untuk meningkatkan aspek pasar. Hal ini tidak sesuai dengan teori Triharini, Larasati, Susanto.(2014), yang menitikberatkan pelatihan pada kebutuhan masing-masing UMKM.

Upaya pemerintah daerah Kabupaten Batang dalam melakukan pemberdayaan SDM yang unggul dilakukan dengan kegiatan seminar, magang dan pemberian bantuan akses permodalan. Menurut Triharini, Larasati, Susanto.(2014) bentuk pembinaan yang diberikan kepada pengusaha UMKM tidak sebatas menganalisis permasalahan dan kemudian didiskusikan dalam forum koordinasi, namun perlu usaha untuk

mendidik pengusaha dalam hal pengembangan potensi produk, dan selera pasar. Dengan demikian melalui seminar yang bersifat pemberian motivasi kepada pengusaha belum mampu membuahkan hasil agar pemilik usaha memahami potensi produk dan selera pasar. Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara peneliti terhadap pemilik UMKM Batik Bagus Warna Alam dan Kerajinan Kulit Masin, yang menyatakan bahwa setelah mengikuti seminar, keduanya merasa tidak banyak mengubah potensi keunggulan produk yang dimiliki. Pemberian modal yang diberikan oleh pemerintah daerah maupun provinsi pada UMKM di Kabupaten Batang sifatnya sama. Artinya setiap UMKM hanya diberi fasilitas akses permodalan. Hal ini sesuai dengan tujuan dari program OVOP yang dinyatakan oleh Ratmono, Hendri, dan Yateno (2016), Fujikara, Mukai,K., (2015) bahwa pemilik usaha hendaknya mampu mengembangkan potensi produk secara mandiri, baik dalam pelaksanaan maupun pendanaan.

Pelaksanaan OVOP dalam sebuah UMKM hendaknya memperhatikan teknik pembukuan dan kelembagaan bisnis. Hal ini dikarenakan

pada proses akses modal pihak bank atau lembaga keuangan mensyaratkan laporan keuangan untuk menilai kelayakan kredit dari usaha tersebut (Hapsari, Andari, Hasanah; 2017). Dengan demikian dibutuhkan pendidikan dan pelatihan yang dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam melaporkan keuangan pada bisnis mereka.

## **2. Strategi Pemerintah dalam Pemberdayaan UMKM Berbasis OVOP**

Berdasarkan hasil penelitian, strategi yang dilakukan pemerintah Kabupaten Batang dalam rangka pemberdayaan UMKM berbasis OVOP antara lain: (1) Melakukan seleksi dan penilaian produk, (2) Memantau dan evaluasi konsistensi UMKM dalam memproduksi, (3) Pembinaan UMKM, (4) Koordinasi pengembangan program OVOP.

### **1) Melakukan seleksi dan penilaian produk**

Seleksi dan penilaian produk dilakukan melalui kajian pemetaan produk yang dibuat oleh BAPPEDA, Disperindagkop dan Universitas Pekalongan. Ketiganya berkolaborasi memetakan daerah-daerah yang

memiliki potensi keunggulan produk. Hal ini sesuai dengan peran pemerintah Kabupaten yang tercantum dalam *Improvement rural living condition through one village one product (OVOP) movement (Ministry of Cooperatives and SME Republic Indonesia, 2014).*

### **2) Memantau dan evaluasi konsistensi UMKM dalam memproduksi**

Hasil penelitian yang dilakukan pada BAPPEDA Ekonomi dan Disperindagkop ditemukan bahwa proses pemantauan dan evaluasi konsistensi UMKM berbasis OVOP dalam memproduksi barang atau jasa dilakukan dengan cara berikut:

- a) Mengikutsertakan UMKM pada pameran dan komunitas untuk mendukung produktivitas usaha
- b) Meningkatkan kesadaran UMKM untuk menambah pangsa pasar
- c) Memberikan dukungan pendanaan dan akses permodalan

Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah (2013), bentuk pembinaan UMKM berbasis OVOP dilakukan dalam beberapa hal berikut: (1) pendidikan dan pelatihan, (2)

pendampingan tenaga ahli, (3) memfasilitasi sertifikasi produk dalam sistem mutu, peningkatan akses pembiayaan dan pengadaan sarana produksi.

Wujud pendidikan dan pelatihan yang diterapkan pemerintah provinsi dan daerah adalah mengikutsertakan UMKM pada penyuluhan dan sosialisasi OVOP. Dapat juga dilakukan melalui kegiatan magang. Kegiatan pelatihan dan penyuluhan pada UMKM sudah direalisasikan pada UMKM Batik Bagus Warna Alam. Pelatihan yang dilakukan bersifat pemberian stimulus untuk meningkatkan keunggulan produk. Sedangkan proses magang dilaksanakan oleh UMKM Kerajinan Kulit Masin sebatas studi banding yang dilaksanakan selama 3-7 hari. Proses ini dikatakan belum optimal, sesuai dengan pendapat Triharini, Larasati, Susanto.(2014) bahwa proses pendidikan hendaknya dilakukan dalam waktu yang berkelanjutan, pelatihan dan pendidikan dilakukan dengan menitik beratkan pada kebutuhan masing-masing UMKM, pemberian materi yang disampaikan hendaknya diberikan oleh pakar ahli.

### 3) Pembinaan UMKM

Pembinaan UMKM yang dilaksanakan pada pemerintah Kabupaten Batang terdiri dari pendidikan dan pelatihan. Hal ini tidak sesuai dengan hasil ASEAN Cooperation Project, *Ministry of Cooperatives and SME Republic Indonesia* (2014) yang menyebutkan bahwa untuk mengoptimalkan potensi UMKM berbasis OVOP perlu dukungan yang berupa pendidikan dan pelatihan serta menyediakan tenaga ahli untuk proses pendampingan dalam pemasaran, branding, pengemasan, teknologi produksi, dan lain-lain. Selain itu menurut Fujikura dan Mukai (2015), sebuah UMKM berbasis OVOP hendaknya diberi pembinaan yang mengarah pada kemandirian dan kreativitas UMKM. Usaha yang dilakukan pemerintah kabupaten Batang dalam mewujudkan kemandirian dan kreativitas diwujudkan melalui kegiatan studi banding pada beberapa unit usaha di luar daerah yang sudah teruji kemandirian dan kreativitasnya.

#### 4) Koordinasi pengembangan program OVOP

Wujud pengembangan UMKM berbasis OVOP pada pemerintahan

Kabupaten Batang dilakukan dengan beberapa langkah berikut:

- a) Melakukan kajian pemetaan potensi daerah yang dapat dijadikan sebagai daerah dan UMKM binaan berbasis OVOP
- b) Merencanakan dan menganggarkan program OVOP untuk daerah-daerah yang berpotensi
- c) Melaksanakan model-model Pengembangan OVOP
- d) Memfasilitasi Hak Cipta dan HAKI

Namun fakta yang peneliti temukan, dalam proses pengembangan UMKM berbasis OVOP masih terdapat beberapa kendala. Kendala yang ditemukan dalam proses pengembangan OVOP adalah pengelolaan administrasi mulai tahap seleksi, proposal dan kegiatan teknis lain tidak dilakukan dengan baik. Fakta menunjukkan, peneliti mengalami kesulitan dalam memperoleh data mengenai jenis-jenis UMKM yang berbasis OVOP. Hal ini jauh berbeda dari panduan yang disampaikan dalam *ASEAN Cooperation Project (Ministry of Cooperatives and SME Republic Indonesia, 2014)*, bahwa penting bagi pemerintah untuk mengadministrasikan dengan baik seluruh kegiatan

pendampingan dan pengelolaan UMKM berbasis OVOP.

### **3. Teknik Pemberdayaan UMKM di Kabupaten Batang yang Mampu Menggerakkan Ekonomi Berkearifan Lokal**

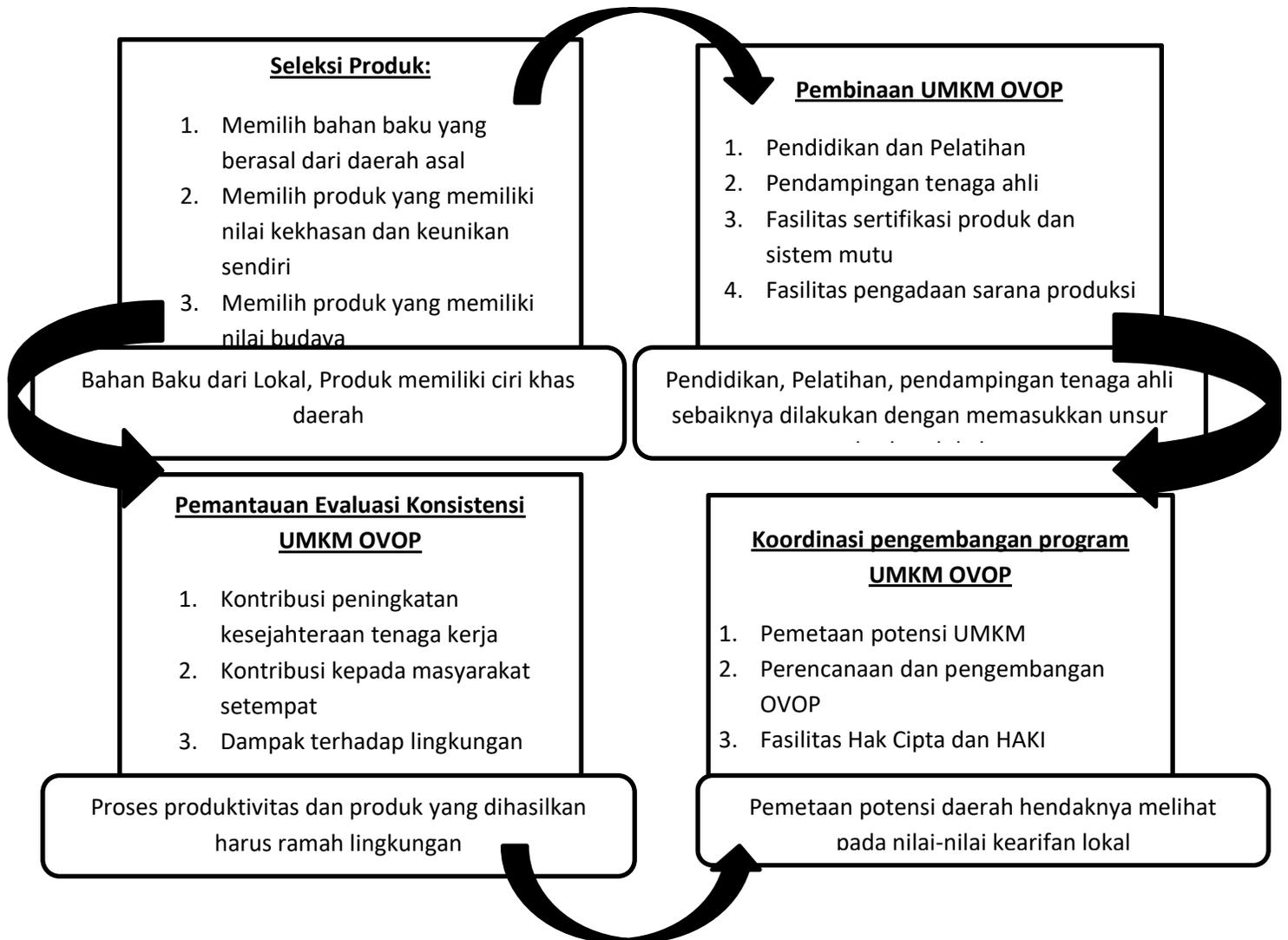
Teknik pemberdayaan UMKM di Kabupaten Batang yang mampu menggerakkan ekonomi berkearifan lokal dapat disajikan dalam gambar 2. Berdasarkan gambar 2 dapat dijelaskan bahwa seluruh pelaksanaan program OVOP hendaknya mengutamakan produk lokal. Proses pelaksanaan UMKM berbasis OVOP baik dari seleksi produk, pembinaan UMKM, pemantauan dan evaluasi serta pengembangan produk harus mengutamakan sumber daya unggulan dari wilayah. Hal ini sesuai dengan pendapat Cahyani (2013) bahwa dalam sistem usaha yang memiliki tujuan OVOP perlu mengembangkan usaha melalui sumberdaya yang diunggulkan daerah. Melalui pendekatan ini dapat meningkatkan gerakan masyarakat yang mengembangkan potensi yang dimiliki daerah secara terintegrasi untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat sekaligus

meningkatkan rasa percaya diri dan kebanggaan akan kemampuan sendiri dan daerahnya (Soemarno, 2011).

Selain itu, berdasar pada pendapat Agung (2015) perlu mengoptimalkan beberapa usaha berikut untuk meningkatkan nilai kearifan lokal suatu usaha: (1) Sinergitas pihak-pihak terkait, dalam hal ini pemerintahan daerah dan UMKM yang lain. (2) Merangkai ide-ide kreatif. (3) Mengaitkan ide-ide ekonomi dengan kebutuhan pasar, sehingga mudah mendapatkan nilai tambah. (4) Menyesuaikan dengan lingkungan dan teknologi baru. (5) Memperhatikan kelestarian lingkungan alam dan budaya. (6) Produk memiliki ciri khas daerah tertentu. (7) Produk memiliki daya tarik untuk dipasarkan. Namun fakta yang ditemukan peneliti di lapangan, hanya poin satu dan dua yang sudah dilakukan oleh UMKM Batik Bagus Warna Alam dan Kerajinan Kulit Masin. Pasalnya kedua UMKM tidak mampu menerapkan sistem penjualan online yang merupakan bentuk penyesuaian terhadap lingkungan dan teknologi baru. Kemampuan UMKM dalam menggali ide ekonomi pun belum mampu menambah nilai tambah produk.

Kedua UMKM juga belum memiliki nilai khas yang tidak dimiliki produk lain. Dengan demikian peran pemerintah daerah yang dilakukan belum berjalan optimal sehingga meningkatkan ekonomi yang bernilai kearifan lokal.

**Gambar 2. Teknik pemberdayaan UMKM di Kabupaten Batang yang mampu menggerakkan ekonomi berkearifan lokal**



**D. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Peran pemerintah kabupaten Batang dalam hal pendidikan kepada UMKM hendaknya disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing
- 2) Pemerintah Kabupaten Batang dalam hal ini Disperindagkop seharusnya dapat mengelola administrasi pelaksanaan OVOP pada masing-masing daerah
- 3) Pemerintah Kabupaten Batang secara keseluruhan hendaknya lebih memperhatikan potensi daerah yang

dimiliki dan dapat mengoptimalkan peran mereka dalam membantu bidang teknis

- 4) Bentuk evaluasi program OVOP hendaknya melibatkan trihelix yaitu, masyarakat (UMKM), pemerintah daerah dan akademisi (perwakilan dari perguruan tinggi)
- 5) Setiap pemilik usaha diberi pelatihan dan dibangun kesadarannya untuk

mensosialisasikan keunggulan mereka pada masyarakat, bukan hanya memajukan usaha sendiri.

- 6) Pelaku usaha dilatih untuk mengembangkan potensi produk, selera pasar dan pengembangan desain dengan nilai-nilai kebaruan yang tetap tradisional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung. A.A.G. (2015) pengembangan model wisata edukasi-ekonomi berbasis industri kreatif berwawasan kearifan lokal untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*. Vol. 4, No. 2, Oktober 2015. Halaman 585-597.
- Asmalidar. (2015). Analisis faktor-faktor yang menghambat pengembangan usaha mikro dan kecil di kota tebing tinggi. <https://www.researchgate.net/publication/332370445>.
- Azizah, S.N. (2017). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta). *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*. Volume 17, Nomor 2, 2017 | Page: 63-78.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Bidang Ekonomi. (2018). Kajian Pemetaan dan Identifikasi Peta Jalur Pengembangan OVOP Kabupaten Batang
- Başçıđan Duruçanş. (2017). A Review of Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) in Turkey. *YILDIZ SOSIAL SCIENCE REVIEW*.
- Cahyani.R.R.(2013). Pendekatan one village one product (ovop) untuk meningkatkan kreativitas umkm dan kesejahteraan masyarakat. *Journal & Proceeding FEB Universitas Jenderal Soedirman* Vol.3 No.1 (2013).
- CNBC Indonesia.(2019). Kacau! E-commerce yang Disuntik Asing Bikin CAD Makin Parah. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190805132558-37-89896/kacau-e-commerce-yang-disuntik-asing-bikin-cad-makin-parah>. Diakses pada 13 Agustus pukul 12.34 WIB.
- Denzin, N K., and YS.Lincoln. (2009). *Handbook of Qualitative*

- Research*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc., 2000.
- Fujikura, R., Mukai, K. (2015). One village one product: evaluations and lessons learnt from OVOP aid projects.
- Hapsari, D.P., Andari, A., Hasanah A.N. Model Pembukuan Sederhana Bagi Usaha Mikro di Kecamatan Kramatwatu Kabupaten Serang. *Jurnal Akuntansi, Kajian Ilmiah Akuntansi* 4 (2).
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2014). Improvement Rural Living Condition Through One Village One Product (OVOP) Movement. *Asean Cooperative Project* No. IND/SME/11/003/REG.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah. (2013). Petunjuk Teknis Pelaksanaan Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk (*One Village One Product-OVOP*) di Sentra
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2013). Rapat Koordinasi Nasional. Pengembangan Produk Unggulan Daerah dengan Pendekatan OVOP melalui Koperasi. Disampaikan oleh DEputi MEnteri Bidang Pengkajian Sumberdaya UMKM pada 10 Desember 2013 di Jakarta.
- Ling, A. (2013). Pengelolaan dan Pengembangan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Deskriptif pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya). *Agora* Vol.1, No.1 (2013).
- Ministry of Cooperatives and SME Republic Indonesia. (2014). Improvement rural living condition through one village one product (OVOP) movement. *Asean Cooperation Project*. No. IND/SME/11/003/REG.
- Ngugi, J.N.N, dan Bwisa, H. (2013). Factors influencing growth of group owned small and medium enterprises: a case of one village one product enterprises. *International Journal of Education and Research*. Vol.1 No.8 August 2013.
- Open Data Batang Jumlah SIUP Terbitan Terbaru Menurut Jenis Perdagangan dan Bulan di Kabupaten Batang Tahun 2018. [http://data.batangkab.go.id/dataset/jumlahsuratijinusahaperdagangan\\_siupmenurutjenisperdaganganandikecamatanidkabupatenbatangthn2018](http://data.batangkab.go.id/dataset/jumlahsuratijinusahaperdagangan_siupmenurutjenisperdaganganandikecamatanidkabupatenbatangthn2018) . Diakses pada 15 Agustus 2019 pukul 23.15 WIB.
- Rakhmawati, I. (2019). Pemberdayaan UMKM Berbasis “One Village One Product (OVOP)” Sebagai Gerakan Ekonomi Kerakyatan Pada Industri Logam di Desa Hadipolo Kudus. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, ISSN: 2442-3718, E-ISSN: 2477-5533 Vol.7 Nomor 1 Juni 2019.
- Ratmono, Hendri, N., Yateno. (2016). Pendekatan ovop sebagai program pengembangan produk unggulan wilayah kota provinsi lampung. *DERIVATIF* Vol. 10 No. 2, November 2016
- Soemarno. 2007. Konsep Pengembangan Kawasan Agribisnis Komoditi Unggulan Wilayah. [http://soemarno.multiply.com/journal/item/7/PENGEMBANGAN\\_KAWASAN\\_AGRIBIS](http://soemarno.multiply.com/journal/item/7/PENGEMBANGAN_KAWASAN_AGRIBIS)

NIS\_KOMODITI\_UNGGULAN.

18 Agustus 2011.

- Tambunan, T.(2019).Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprinses in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*.
- Tribun Jateng.(2018). *Canangkan One Village One Product Wihaji Minta Disperindagkop Lakukan Pendampingan Desa*.  
<https://jateng.tribunnews.com/2018/11/26/canangkan-one-village-one-product-wihaji-minta->

[disperindagkop-lakukan-pendampingan-ke-desa](#).

Diakses pada 13 Agustus 2019, pukul 12.35 WIB

- Triharini, Larasati, Susanto.(2014). 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, 2014, 29-42.