

Kajian implementasi konsep *one village one product* (ovop) di kalimantan timur

Irwan Gani¹, Muliati²

Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda.

Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia

¹Email: irwan.gani@feb.unmul.ac.id

²Email: muliati@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Kajian Implementasi Konsep One Village One Product (OVOP) di Kalimantan Timur. Terdapat tiga hal yang ingin diketahui dari kajian ini yaitu pertama, mengidentifikasi produk unggulan daerah melalui pendekatan one village one product (OVOP); kedua, mengidentifikasi potensi pasar produk unggulan daerah melalui pendekatan one village one product (OVOP); dan ketiga, mengidentifikasi strategi pengembangan dan pemasaran produk unggulan daerah melalui pendekatan one village one product (OVOP). Tujuan pertama dan kedua didekati dengan menggunakan analisis statistik deskriptif, sedangkan tujuan kajian yang ketiga didekati melalui analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan terdapat beberapa produk lokal Kalimantan Timur yang masuk ke dalam kriteria program unggulan daerah dan memiliki potensi pasar yang masih memungkinkan untuk dikembangkan lebih lanjut.

Kata Kunci: one village one product (ovop); produk unggulan; kalimantan timur

Study on one village one product (ovop) implementation in east kalimantan

Abstract

Study Of One Village One Product (OVOP) Implementation In East Kalimantan. Aims of the study are: first, identify the potential product using OVOP; second, identify potential market of potential products; and third, figure out the marketing strategy in developing local products. In order to arrive at the first and second proposed goals statistical techniques was applied, whilst the third goal is being answered using SWOT analysis. The result show that local products identified in the research area were classified as potential and likely to develop furthermore.

Keywords: one village one product (ovop); potential local products; east kalimantan

PENDAHULUAN

Industri Kecil dan Menengah (IKM) merupakan salah satu sektor usaha di bidang industri yang memiliki posisi penting dalam perekonomian nasional karena sektor ini memberikan sumbangan yang cukup berarti terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) sektor industri sebesar 33,97 % pada tahun 2012. Pada tahun yang sama sektor IKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 7,85 juta orang dari 3,23 juta unit usaha dengan nilai produksi sebesar Rp. 473 Triliun dan nilai tambah sebesar Rp. 200,19 triliun.

Konsep OVOP merupakan salah satu langkah menuju klusterisasi industri kecil menengah (IKM) yang bertujuan mengangkat produk-produk unggulan daerah agar dapat berkembang dan masuk ke pasar lebih luas. Dengan fokus pada satu produk unggulan daerah dengan pendekatan padat karya, konsep OVOP dapat berperan sebagai momentum revitalisasi pedesaan. Beberapa produk daerah yang menjadi produk OVOP harus memiliki kriteria yang meliputi keunikan khas budaya dan keaslian lokal, mutu, dan tampilan produk, potensi pasar yang terbuka di dalam dan di luar negeri serta kontinuitas dan konsistensi produksi yang didukung sumber daya lokal. Program OVOP disesuaikan dengan kompetensi daerah, dengan ciri produk yang unik dan khas di daerah tersebut, untuk selanjutnya menjadi produk kelas global. Cakupan OVOP sangat luas diantaranya produk makanan olahan dan aneka minuman berbasis hasil pertanian dan perkebunan, produk hasil tenun tradisional dan konveksi berbasis seni dan budaya khas lokal, produk kebutuhan rumah tangga, produk dekoratif atau interior, produk cinderamata berbasis seni dan budaya khas lokal, produk herbal dan aromatik, minyak atsiri khas budaya masyarakat lokal dan sebagainya yang pada akhirnya nanti diharapkan mampu meningkatkan potensi daerah baik dalam hal pengembangan daerah ditinjau dari segi ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja.

Mengingat begitu besarnya dampak dari implementasi program OVOP ini maka dibutuhkan strategi khusus dalam mengembangkan produk-produk unggulan daerah dengan melibatkan seluruh stakeholder terkait. Adapun tujuan dari tulisan ini adalah:

Mengidentifikasi produk unggulan daerah melalui pendekatan *One Village One Product* (OVOP).

Mengidentifikasi potensi pasar produk unggulan daerah melalui pendekatan *One Village One Product* (OVOP).

Mengidentifikasi strategi pengembangan dan strategi pemasaran produk– produk unggulan melalui pendekatan *One Village One Product* (OVOP).

METODE

Lingkup kegiatan ini meliputi: a) Melakukan pengumpulan dan penyusunan data produk unggulan, dan potensi pasar produk unggulan di masing – masing wilayah studi; dan b) Menganalisa strategi pengembangan dan strategi pemasaran produk– produk unggulan di wilayah studi. Kegiatan ini berlokasi di delapan kabupaten/kota sasaran di Kalimantan Timur yaitu: Kabupaten Kutai Timur, Kutai Barat, Paser, Pajajaran Paser Utara, Kutai Kartanegara, Kabupaten Berau, Kota Balikpapan, dan Kota Bontang.

Kajian dilaksanakan dengan pendekatan kajian lapangan (*Field Research*) melalui observasi (pengamatan) dan interview (wawancara). Observasi atau pengamatan dilakukan terhadap produk unggulan setiap kabupaten/kota. Data produk unggulan kabupaten/kota diperoleh dari informasi data sekunder. Wawancara dilakukan terhadap narasumber yang mengetahui dan berkecimpung langsung dengan produk unggulan yang telah di inventarisir melalui data sekunder, dan dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner.

Data yang diperoleh dari hasil pengamatan dan wawancara selanjutnya dianalisis dengan menggunakan alat analisis data tertentu, tergantung jenis data yang diperoleh. Jenis data kualitatif akan dianalisis dan disajikan dengan alat analisis deskriptif. Sedangkan jenis data kuantitatif dianalisis dengan alat statistik deskriptif, dan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan tabel silang.

Data dan Instrumen Pencarian Data

Data

Data utama yang diperlukan dalam kajian ini adalah data primer yang didukung oleh data sekunder. Data Primer berupa data produk unggulan pada setiap kabupaten/kota sasaran kajian, yang mengacu kepada Juknis Dirjen IKM Nomor 98/IKM/PER/9/2013, yaitu:

Aspek Produksi, Pengembangan Produk, dan Pengembangan Masyarakat (data A)

Aspek Manajemen, Pemasaran, dan Riwayat Produk (data B)

Aspek Kualitas dan Spesifikasi Produk (Data C)

Data Primer diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dengan narasumber atau informan kajian. Data aspek Produksi, Pengembangan Produk, dan Pengembangan Masyarakat (data A + B + C) dikonversi untuk mengidentifikasi produk unggulan yang menjadi tujuan pertama kajian ini. Sedangkan Aspek Manajemen, Pemasaran, dan Riwayat Produk (data B) dikonversi untuk mengidentifikasi potensi pasar yang menjadi tujuan kedua kajian.

Data Sekunder diperlukan untuk mendukung data primer, berupa: Kecamatan dalam Angka (Profil Kecamatan) dan Daerah dalam Angka (Kabupaten/Kota). Data sekunder juga dapat diperoleh dari dokumentasi hasil kajian tentang produk unggulan di kabupaten/kota sasaran kajian.

Instrumen Pencarian Data

Data diperoleh dengan beberapa instrumen, yang disesuaikan dengan bentuk pencarian data yang digunakan. Observasi menggunakan instrumen panduan observasi, dan Wawancara menggunakan instrumen kuesioner.

Observasi dilakukan terhadap setiap produk unggulan sesuai dengan kelompok jenis produk IKM dengan pendekatan OVOP (Juknis Dirjen IKM Nomor 98/IKM/PER/9/2013), pada masing-masing kabupaten/ kota sasaran kajian. Dengan demikian, pada setiap kabupaten/kota akan dilakukan observasi terhadap enam jenis produk IKM sesuai kriteria OVOP, yaitu Makanan Ringan, Minuman Saribuah dan Sirupbuah, Kain Tenun, Kain Batik, Anyaman, Gerabah/Keramik Hias.

Wawancara dilakukan terhadap narasumber/informan yang mengetahui dan berkecimpung langsung dengan produk unggulan pada setiap kabupaten/kota sasaran kajian. Wawancara dilakukan secara terbuka, sehingga memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi lain di luar informasi yang dimuat dalam kuesioner. Narasumber atau informan kajian berasal dari SKPD pembina IKM dan pelaku IKM, dengan komposisi sbb:

Disperindagkop Kabupaten/Kota: 1 Orang (6 Kuesioner)

Pelaku IKM (berdasarkan kategori): 1 – 6 Orang

Mengacu daftar di atas, maka jumlah narasumber/informan berkisar antara 6 – 12 Orang, tergantung variasi jumlah jenis IKM menurut kriteria OVOP di kabupaten/kota sasaran kajian.

Alat Analisis Data

Data yang diperoleh, selanjutnya dianalisis dengan menggunakan alat tertentu, yang disesuaikan dengan tujuan kajian. Tujuan kajian pertama dan kedua dianalisis dengan alat statistik deskriptif, sedangkan tujuan kajian yang ketiga dianalisis dengan alat deskriptif.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan tujuan untuk mencapai tujuan penelitian satu dan dua, yaitu: 1) Mengidentifikasi produk unggulan daerah melalui pendekatan One Village One Product (OVOP); dan 2) Mengidentifikasi potensi pasar produk unggulan daerah melalui pendekatan One Village One Product (OVOP)

Teknik penyajian yang digunakan dalam alat analisis statistik deskriptif ini adalah dengan tabel silang (crossing tables), dengan data yang merupakan hasil skoring rata-rata tertimbang. Skoring rata-rata tertimbang dimodifikasi dari Juknis Dirjen IKM Nomor 98/PER/ IKM/9/2013, yaitu:

Tabel 1. Skoring Rata-rata Tertimbang Produk Unggulan

Konversi Indikator Pengukuran		Klasifikasi (Modifikasi Skor)				
Tujuan Penelitian	Juknis Dirjen IKM	*	**	***	****	*****
Produk Unggulan	Data A + B + C	50-60	61-70	71-80	81-90	>90
Potensi Pasar	Data B	<18	<22	<26	<30	<35

Sumber: Juknis Dirjen IKM No 98/PER/IKM/9/2013 yang dimodifikasi, 2015.

Skoring produk unggulan dan potensi pasar ini dihitung pada setiap jenis kategori produk unggulan pada masing-masing kabupaten/kota sasaran kajian. Setelah skor masing-masing produk unggulan ditemukan, maka dapat ditentukan produk unggulan disertai dengan potensi pasarnya berdasarkan pendekatan OVOP, dengan asumsi: satu kategori produk untuk satu kabupaten/kota.

Mengingat terdapat enam kategori produk, maka satu kabupaten/kota akan terdapat paling sedikit satu produk unggulan dan paling banyak enam produk unggulan.

Deskriptif (Analisis SWOT)

Pencapaian tujuan ketiga dari kajian ini dilakukan dengan menggunakan alat analisis SWOT. Alat analisis yang dirumuskan Albert Humphrey ini, tergolong ke dalam alat analisis deskriptif. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor–faktor sistematis untuk merumuskan strategi sebuah organisasi baik perusahaan bisnis maupun organisasi sosial. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan dimensi kekuatan (Strength) dan Peluang (opportunities), Namun secara bersamaan dapat meminimalkan dimensi kelemahan (weaknessess) dan ancaman (threats). Inventarisir SWOT pada setiap produk unggulan di kabupaten/kota akan memberikan arah untuk penentuan keputusan strategis terkait dengan pengembangan produk unggulan.

Data yang berasal dari data aspek produksi (data A) dan pemasaran (data B), serta kualitas produk (data C) memiliki muatan-muatan tertentu. Juknis Dirjen IKM Nomor 98/PER/IKM/8/2013 menyebutkan terdapat 16 muatan pada setiap aspek penilaian produk unggulan. Muatan-muatan produk unggulan inilah yang akan menjadi indikator penentu pada masing-masing dimensi SWOT. Ke 16 indikator dalam dimensi SWOT yang dimofikasi dari Juknis Dirjen IKM Nomor 98/PER/IKM/9/2013 adalah Sumber bahanbaku, Nilai Tambah, Kapasitas Produksi, Pengendalian Lingkungan, Pengembangan Produk, Kemasan, Keterlibatam tenaga kerja dan masyarakat setempat, Kepedulian kepada masyarakat dan lingkungan, Manajemen usaha, Pembukuan, Pemasaran, Omzet penjualan, Perizinan, Riwayat Hidup, Penerapan standard produk, dan Penampilan produk.

Indikator penentu pada masing-masing dimensi SWOT akan diberi bobot sesuai dengan tingkat kepentingan indikator dengan akumulasi seluruh bobot adalah 100. Tingkat kepentingan indikator akan ditentukan oleh peneliti setelah melakukan observasi dan wawancara dengan narasumber dan informan. Setelah bobot indikator ditentukan, maka akan dihitung skor jawaban narasumber/informan pada setiap indikator, dengan formulasi total jawaban responden pada setiap indikator dikali dengan bobot indikator.

Perumusan analisis SWOT untuk menentukan strategi pengembangan produk unggulan berdasarkan OVOP, dilakukan dengan bantuan Microsoft Excel pada program SWOTChart.xls

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Produk Unggulan Daerah

Implementasi konsep *One Village One Product* (selanjutnya disebut OVOP) di Kalimantan Timur merujuk pada konsep yang secara regional lebih luas dari tingkat desa. Di daerah ini konsep OVOP diterjemahkan sebagai Satu Kabupaten Satu Kompetensi Inti (SAKASAKTI). Sama halnya dengan konsep OVOP di Jepang dan Thailand, pendekatan SAKASAKTI juga menggunakan sumberdaya lokal, memiliki kearifan lokal dan bernilai tambah tinggi. Selain itu produk-produk yang dipilih juga mempertimbangkan budaya dan kesenian khas daerah yang memiliki nilai jual tinggi. Seperti telah disebutkan dalam bagian dari tulisan ini sebelumnya, terdapat dua konsep yang digunakan dalam membangun kompetensi inti melalui pendekatan OVOP. Pertama, mengembangkan produk lokal yang memiliki keunggulan dari sisi keunikan, kekhasan, kemanfaatan yang lebih besar bagi pengguna produk serta memberikan keuntungan yang besar penghasil produk tersebut. Kedua, daerah harus memilih kompetensi inti dengan melihat keunikan, kekhasan daerah, kekayaan sumberdaya alam, peluang untuk menembus pasar internasional dan dampaknya.

Berdasarkan Juknis Dirjen IKM Nomor 98/IKM/PER/9/2013, produk unggulan yang sesuai dengan kriteria OVOP antara lain adalah makanan ringan, minuman saribuah dan sirup buah, kain tenun, kain batik, anyaman dan gerabah/keramik hias. Berdasarkan jenis produk yang di masing-masing kabupaten/kota yang menjadi daerah penelitian maka skor OVOP setiap daerah dapat diketahui. Berdasarkan juknis tersebut klasifikasi dan kategori produk unggulan daerah dapat disusun dengan kriteria sebagai berikut:

Bintang 5 (*****) adalah kualifikasi untuk produk OVOP berkualitas sangat baik dan untuk pasar ekspor, jika memenuhi nilai skor 91 – 100.

Bintang 4 (****) diklasifikasikan untuk produk OVOP berkualitas baik untuk pasar nasional/dalam negeri. Untuk pasar ekspor dengan beberapa perbaikan, jika memenuhi nilai skor Skor 81 – 90.

Bintang 3 (***) dimaksudkan untuk produk OVOP berkualitas cukup baik dengan beberapa perbaikan untuk mencapai Bintang 4 (****) untuk pasar nasional/dalam negeri, jika memenuhi nilai skor 71 – 80.

Bintang 2 (**) adalah klasifikasi untuk produk OVOP perlu bimbingan dasar namun berpeluang untuk mencapai Bintang 3 (***), jika memenuhi nilai skor 61 - 70.

Bintang 1 (*) adalah produk OVOP yang masih banyak kelemahan dan sulit dikembangkan menjadi Bintang 2 (**) dalam waktu dekat, jika hanya memenuhi skor 50 - 60.

Skoring produk unggulan dan potensi pasar ini dihitung pada setiap jenis kategori produk unggulan pada masing-masing kabupaten/kota sasaran kajian. Berdasarkan perhitungan diketahui bahwa posisi daerah penelitian untuk masing-masing kriteria OVOP adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Skoring Rata-rata Tertimbang dan Klasifikasi OVOP Produk Unggulan
Kabupaten/Kota di Kalimantan Timur

Kab/ Kota	Kriteria OVOP									
	Makanan Ringan		Minuman Sari Buah dan Sirup Buah		Tenun		Batik		Anyaman	
	Skor	Klas	Skor	Klas	Skor	Klas	Skor	Klas	Skor	Klas
Kutai Timur	41	No.	-	No.	-	No.	58	*	-	No.
Kutai Barat	48	No.	-	No.	72	***	-	No.	67	**
Paser	35	No.	50	*	-	No.	57	*	62	**
PPU	36	No.	-	No.	-	No.	-	No.	51	*
Kukar	48	No.	-	No.	72	***	58	*	67	**
Berau	41	No.	-	No.	-	No.	-	No.	-	No.
Balikpapan	50	*	55	*	-	*	56	*	53	*
Bontang	41	No.	51	*	-	No.	58	*	-	No.

Keterangan:

No. = Bukan (Tidak ada) OVOP

*, ..., ***** = Klasifikasi Bintang OVOP

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2015

Mengacu pada tabel 2 di atas, klasifikasi OVOP produk unggulan kabupaten/kota di Kalimantan Timur paling tinggi adalah Bintang 3 (***). Secara berurutan OVOP dengan skor tertinggi untuk kategori makanan ringan dan minuman berada di Balikpapan, tenun berada di Kutai Kartanegara dan Kutai Barat, Batik berada di Kutai Timur, Kutai Kartanegara, dan Bontang. Sedangkan untuk kategori anyaman berada di Kukar dan Kutai Barat.

Tabel 3. Identifikasi dan Klasifikasi Produk Unggulan OVOP Kalimantan Timur

Kategori OVOP	Produk Unggulan	Kab/Kota	Klas
Makanan Ringan	Stik Kepiting	Balikpapan	*
Minuman	Saribuah Nanas dan Buah Naga	Balikpapan	*
Tenun	1. Tenun Ikat Ulap Doyo	Kutai Barat	***
	2. Kain Ulap Doyo	Kukar	***
Batik	1. Batik Motif Burung Enggang	Kutim	*
	2. Batik Motif Lembuswana	Kukar	*
	3. Batik Kuntul Perak	Bontang	*
Anyaman	1. Anyaman Rotan	Kutai Barat	**
	2. Anyaman Purun	Kukar	**

Sumber: Data Primer yang diolah, 2015.

Sedangkan jika kita telaah dari informasi di Tabel 3, sejatinya Provinsi Kalimantan Timur hanya memiliki produk unggulan OVOP pada kategori Tenun dan Anyaman. Tenun menurut klasifikasi OVOP telah masuk pada level bintang 3 (***). Produk unggulan tenun ini menurut kriteria OVOP telah masuk pada level Produk OVOP berkualitas cukup baik dengan beberapa perbaikan untuk mencapai Bintang 4

(****) untuk pasar nasional/dalam negeri. Produk unggulan pada kategori anyaman berada di bawah level tenun dalam klasifikasi OVOP. Anyaman hanya dapat mencapai level bintang 2 (**), karena produk unggulan ini meski banyak sekali kekurangannya, namun masih dapat naik ke level bintang 3 (***). Sementara itu, produk unggulan pada kategori lainnya (makanan ringan, minuman, dan batik) masih berada pada level bintang 1 (*), atau bahkan tidak termasuk kedalam klasifikasi OVOP. Produk unggulan pada level bintang 1 (*), sulit untuk dapat dikembangkan menjadi produk unggulan yang memiliki ciri khas OVOP.

Identifikasi Potensi Pasar Produk Unggulan Daerah

Kelemahan utama produk unggulan kategori makanan ringan, minuman ringan serta batik adalah terletak pada sub klasifikasi pengujian kesehatan dan area pemasaran. Hampir seluruh produk unggulan makanan dan minuman belum mendapatkan pengujian kesehatan yang lengkap. Demikian juga halnya pada sub penilaian klasifikasi pemasaran dimana hampir semua produk unggulan bukan berada pada level pemasaran ekspor atau nasional. Areal pemasaran masih berada pada level lokal atau regional Kalimantan.

Pengukuran potensi pasar tetap menggunakan ukuran pada Juknis Dirjen IKM Nomor 98/PER/IKM/9/2013. Sub indikator yang digunakan adalah; a) Tujuan Pasar, b) Peningkatan Hasil Penjualan, c) Pelanggan, d) Upaya Peningkatan Pemasaran, e) Legenda Produk, dan f) Muatan Kearifan Lokal. Klasifikasi dan kategori produk unggulan daerah mengacu kepada Juknis ini, yang menjadi bagian dalam konsep *One Village One Product* pada aspek potensi pasar adalah:

Bintang 5 (*****) adalah produk OVOP bertujuan untuk pasar ekspor, jika memenuhi nilai skor 31 – 35.

Bintang 4 (****) adalah produk OVOP bertujuan untuk pasar nasional/dalam negeri. Untuk pasar ekspor dengan beberapa perbaikan, jika memenuhi nilai skor Skor 27 – 30.

Bintang 3 (***) adalah produk OVOP memerlukan beberapa perbaikan untuk mencapai pasar nasional/dalam negeri, jika memenuhi nilai skor 22 – 26.

Bintang 2 (**) adalah produk OVOP hanya diperuntukan bagi pasar regional, jika memenuhi nilai skor 18 - 21.

Bintang 1 (*) adalah produk OVOP yang diperuntukan bagi pasar lokal dan sulit dikembangkan untuk memenuhi pasar regional dalam waktu dekat, jika hanya memenuhi skor < 18.

Berdasarkan perhitungan diketahui bahwa posisi daerah penelitian untuk masing-masing kriteria OVOP adalah seperti terlihat pada Tabel 4. Tabel 4 memberikan informasi bahwa produk unggulan yang dapat dijadikan sebagai produk OVOP yang sangat besar peluangnya karena memiliki potensi pasar besar hanya kategori OVOP minuman saribuah dan sirup buah. Skor yang dicapai untuk produk unggulan kategori minuman saribuah dan sirup buah adalah 18 di Kabupaten Paser, dan skor 22 di Kota Balikpapan. Dengan demikian minuman saribuah dan sirup buah Kabupaten Paser memiliki level bintang 2 (**). Sedangkan minuman saribuah dan sirup buah Kota Balikpapan telah masuk kedalam level OVOP Bintang 3 (***).

Sementara itu, produk unggulan lainnya pada seluruh kategori OVOP kecuali kategori minuman saribuah dan sirup buah, hanya memiliki skor potensi pasar di bawah 18. Artinya, produk unggulan selain minuman saribuah dan sirup buah tidak tergolong kedalam OVOP dari aspek potensi pasar.

Tabel 4. Skoring Rata-rata Tertimbang Potensi Pasar OVOP Produk Unggulan
Kabupaten/Kota di Kalimantan Timur

Kab/ Kota	Kriteria OVOP									
	Makanan Ringan		Minuman Sari Buah dan Sirup Buah		Tenun		Batik		Anyaman	
	Skor	Klas	Skor	Klas	Skor	Klas	Skor	Klas	Skor	Klas
Kutai Timur	12	No.	-	No.	-	No.	11	No.	-	No.
Kutai Barat	17	No.	-	No.	11	No.	-	No.	14	No.
Paser	11	No.	18	**	-	No.	11	No.	12	No.
PPU	10	No.	-	No.	-	No.	-	No.	11	No.

Kutai Kartanegara	17	No.	-	No.	11	No.	11	No.	14	No.
Berau	13	No.	-	No.	-	No.	-	No.	-	No.
Balikpapan	16	No.	22	***	-	No.	11	No.	13	No.
Bontang	12	No.	16	No.	-	No.	11	No.	-	No.

Keterangan:

No. = Bukan (Tidak ada) OVOP

*, ..., ***** = Klasifikasi Bintang OVOP

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2015

Tabel 5. Identifikasi Potensi Pasar Produk Unggulan OVOP Kalimantan Timur

Kategori OVOP	Produk Unggulan	Kab/Kota	Klas
Minuman Saribuah	Saribuah Bawang Tiwai	Paser	**
Minuman Sirupbuah	Sirupbuah Nanas Sirupbuah Naga	Balikpapan	***

Sumber: Data Primer yang diolah, 2015.

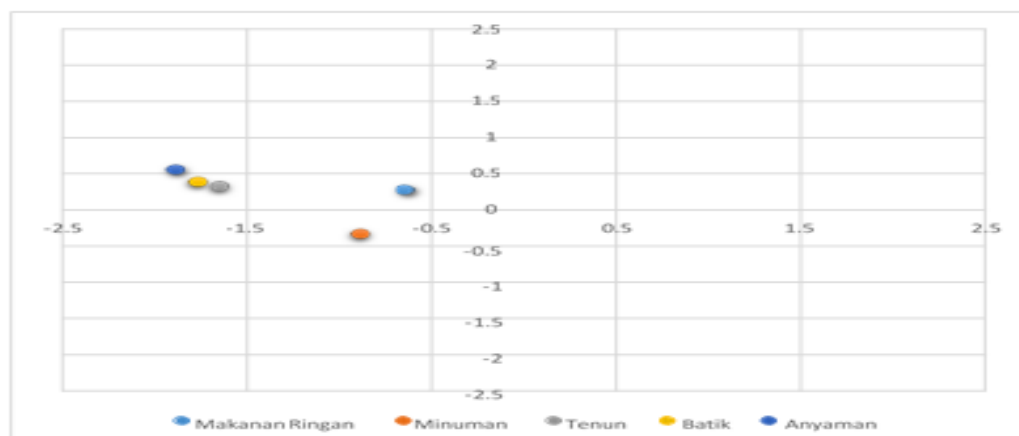
Analisis SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity & Threat)

Analisis SWOT Produk Unggulan OVOP didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan dimensi kekuatan (*Strength*) dan Peluang (*opportunities*), Namun secara bersamaan dapat meminimalkan dimensi kelemahan (*weaknessess*) dan ancaman (*threats*). Inventarisir SWOT pada setiap produk unggulan di kabupaten/kota akan memberikan arah untuk penentuan keputusan strategis terkait dengan pengembangan produk unggulan.

Data yang berasal dari data aspek produksi (data A) dan pemasaran (data B), serta kualitas produk (data C) memiliki muatan-muatan tertentu. Juknis Dirjen IKM Nomor 98/PER/IKM/8/2013 menyebutkan terdapat 16 muatan pada setiap aspek penilaian produk unggulan. Muatan-muatan produk unggulan inilah yang akan menjadi indikator penentu pada masing-masing dimensi SWOT.

Indikator penentu pada masing-masing dimensi SWOT akan diberi bobot sesuai dengan tingkat kepentingan indikator dengan akumulasi seluruh bobot adalah 100. Tingkat kepentingan indikator akan ditentukan oleh peneliti setelah melakukan observasi dan wawancara dengan narasumber dan informan. Setelah bobot indikator ditentukan, maka akan dihitung skor jawaban narasumber/informan pada setiap indikator, dengan formulasi total jawaban responden pada setiap indikator dikali dengan bobot indikator.

Seperti yang terlihat pada Gambar 1 di bawah ini secara keseluruhan produk unggulan Kabupaten/Kota di Kalimantan Timur berada pada kuadran III dan IV. Hasil analisis menunjukkan bahwa empat kategori OVOP yaitu Makanan Ringan, Tenun, Batik, dan anyaman berada pada kuadran III, sedangkan Minuman saribuah dan sirup buah berada pada kuadran IV analisis SWOT.



Gambar 1. Analisis SWOT Program Unggulan Kabupaten/Kota Kalimantan Timur

Hasil analisis SWOT untuk kategori produk unggulan makanan ringan, tenun, batik, dan anyaman berada pada kuadran III. Artinya produk unggulan makanan ringan memiliki kekuatan secara internal (kekuatan > kelemahan), namun lemah secara eksternal (peluang < Ancaman). Hal ini memiliki indikasi bahwa produk kategori ini masih memiliki peluang untuk dikembangkan dengan strategi sebagai berikut:

Beberapa strategi pengembangan dalam koridor menggunakan kekuatan untuk memperoleh peluang produk makanan ringan adalah;

Eksplorasi dan peningkatan keunikan dan kekhasan produk yang bermuatan lokal

Kerjasama dengan pemerintah daerah dan perusahaan untuk menjadikan produk ini sebagai produk khas (oleh-oleh)

Memperbanyak kegiatan promosi

Beberapa strategi pengembangan dalam koridor menggunakan kekuatan untuk memperoleh peluang produk makanan ringan adalah;

Mendatangkan beberapa pengrajin sukses sejenis (OVOP Bintang 4 dan 5) yang sudah maju untuk memberikan pendampingan kepada pengrajin lokal

Menjalin kerjasama produksi dan pemasaran dengan pengrajin sukses sejenis dari daerah lain.

Sedangkan hasil analisis SWOT untuk kategori produk unggulan minuman sari buah dan sirup buah berada pada kuadran IV. Artinya produk unggulan minuman saribuah dan sirupbuah ini secara internal lemah (kekuatan < kelemahan), sekaligus juga lemah secara eksternal (peluang < Ancaman). Meskipun demikian, mengacu kepada luasan OVOP produk minuman saribuah dan sirupbuah yang lebih besar dibanding titik OVOP, tetap memiliki indikasi bahwa produk kategori ini masih memiliki peluang untuk dikembangkan. Strategi yang perlu dikembangkan adalah:

Beberapa strategi pengembangan dalam rangka meningkatkan kekuatan mengurangi kelemahan produk minuman saribuah dan sirupbuah adalah;

Meningkatkan skill dan kemampuan pengolahan produk berbahan baku lokal

Meningkatkan kemampuan manajemen dan motivasi berusaha

Beberapa strategi pengembangan dalam rangka meningkatkan peluang dan memperkecil ancaman produk minuman saribuah dan sirupbuah adalah;

Mendatangkan beberapa pengrajin sukses sejenis (OVOP Bintang 4 dan 5) yang sudah maju untuk memberikan pendampingan kepada pengrajin lokal

Menjalin kerjasama produksi dan pemasaran dengan pengrajin sukses sejenis dari daerah lain.

Mendekatkan pengrajin dengan akses sumberdaya produktif.

Menggunakan kekuatan untuk memperoleh peluang

Beberapa strategi pengembangan dalam rangka menggunakan kekuatan untuk memperoleh peluang bagi kategori produk tenun adalah;

Eksplorasi dan peningkatan keunikan dan kekhasan produk yang bermuatan lokal

Kerjasama dengan pemerintah daerah dan perusahaan untuk menjadikan produk ini sebagai produk khas (oleh-oleh)

Memperbanyak kegiatan promosi

Meningkatkan peluang untuk memperkecil ancaman

Beberapa strategi pengembangan dalam koridor menggunakan kekuatan untuk memperoleh peluang bagi kategori produk tenun adalah;

Mendatangkan beberapa pengrajin sukses sejenis (OVOP Bintang 4 dan 5) yang sudah maju untuk memberikan pendampingan kepada pengrajin lokal

Menjalin kerjasama produksi dan pemasaran dengan pengrajin sukses sejenis dari daerah lain.

SIMPULAN

Beberapa simpulan yang dapat diambil dari hasil kajian ini, mengacu kepada tujuan kajian ini adalah:

Produk Unggulan yang memiliki klasifikasi OVOP di Kabupaten/Kota Kalimantan Timur, berdasarkan kategori OVOP teridentifikasi sebagai berikut:

Kategori Makanan Ringan: Stik Kepiting yang berasal dari Kota Balikpapan, dengan klasifikasi OVOP Bintang 1.

Kategori Minuman: Saribuah Nanas dan Buah Naga yang berasal dari Kota Balikpapan, dengan klasifikasi OVOP Bintang 1.

Kategori Tenun: Tenun Ikat Ulap Doyo (Kubar) dan Kain Ulap Doyo (Kukar), dengan klasifikasi OVOP Bintang 3.

Kategori Batik: Batik Motif Burung Enggang (Kutim), Motif Lembuswana (Kukar), dan Kuntul Perak (Bontang), dengan klasifikasi OVOP Bintang 1.

Kategori Anyaman: Anyaman Rotan (Kubar) dan Anyaman Purun (Kukar), dengan klasifikasi OVOP Bintang 2

Produk Unggulan dengan klasifikasi OVOP di Kabupaten/Kota Kalimantan Timur, yang memiliki potensi pasar besar untuk dikembangkan adalah produk unggulan dengan kategori minuman saribuah dan sirupbuah, yaitu:

Sari buah Bawang Tiwai yang berasal dari Kabupaten Paser, dengan klasifikasi OVOP Bintang 2.

Sirup buah Nanas dan Naga yang berasal dari Kota Balikpapan, dengan klasifikasi OVOP Bintang

Produk Unggulan dengan klasifikasi OVOP di Kabupaten/Kota Kalimantan Timur, berdasarkan strategi pengembangan dalam analisis SWOT, adalah:

Tidak ada satupun produk unggulan kabupaten/kota di Kalimantan Timur yang berada pada kuadran I dan II.

Produk Unggulan Kabupaten/Kota di Kalimantan Timur yang berada pada posisi Kuadran III adalah; kategori Makanan Ringan, Tenun, Batik, dan Anyaman.

Produk Unggulan Kabupaten/Kota di Kalimantan Timur yang berada pada posisi Kuadran IV adalah; kategori Minuman Saribuah dan Sirupbuah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2011. Oita OVOP International Exchange Promotion Committee. Japan. www.ovop.jp/en/index.htm.
- Dirjen IKM. 2013. Juknis Dirjen IKM Nomor 98/IKM/PER//2013 tentang Pelaksanaan Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk (One Village One Product – OVOP).
- Jica.go.jp, (2014). One Village One Product Promotion Project (OVOP) Ethiopia, Countries & Regions JICA. [online] Available at: <http://www.jica.go.jp/ethiopia/english/activities/agriculture05.html>
- Ovop.jp, (2010). Oita International OVOP Exchange Committee. [online] Available at: <http://www.ovop.jp/en/>
- Thai Embassy.sg, (2014). What is OTOP? | Royal Thai Embassy. [online] Available at: <http://www.thaiembassy.sg/friends-of-thailand/p/what-is-otop>
- Hidayat. 2008. Strategi Pemberdayaan Masyarakat melalui Pendidikan dan Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah. Pusat Pengembangan Pendidikan Nonformal dan Informal (P2NFI) Regional I Jayagiri dalam <http://bpplsp-reg2.go.id/cetak.php?id=18>.
- Irfan View-Blog. 2011. Konsep SAKA SAKTI Prof. Martani Husaini dalam <http://irtu4l.wordpress.com/kajian-kompetensi-inti-daerah>. Rahman Said. 2011. Jeruk Kalamansi. Food Entrepreneurship Institute. Jakarta.
- Joubert B Maramis. 2013. Kawasan Ekonomi Khusus, bab III: Produk Unggulan, Kompetensi Inti dan Daya Saing Daerah. <http://joubertbmaramis.blogspot.com/2013/02/produk-unggulan-kompetensi-inti.html>