

Pendekatan *One Villace One Product* (OVOP) Untuk Meningkatkan Daya Saing Unggulan Industri Kecil Menengah di Desa Lampisang Kabupaten Aceh Besar

Nara Pristiwa¹, Maya Agustina^{2*}, Yuslaidar Yusuf³, Natasya Amelia Sativa⁴

^{1,3} Department of Digital Business, Universitas Muhammadiyah Aceh, Indonesia

^{2*} Department of Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Aceh, Indonesia

⁴ Department of Management, Universitas Muhammadiyah Aceh, Indonesia

Email: nara.pristiwa@unmuha.ac.id¹, maya.agustina@unmuha.ac.id^{2*}, yuslaidar.yusuf@gmail.com³, nattsha2003@gmail.com⁴

Article history:

Received September 20, 2024.

Revised October 18, 2024.

Accepted October 23, 2024.

Abstract

As technology advances, it encourages small and medium-sized enterprises (SMEs) to utilize technology in marketing their products to boost the regional or national economy. The Lampisang area has SMEs that run similar businesses but compete despite being neighbors, without promoting the name of the region. The One Village One Product (OVOP) program is expected to enhance local potential in a specific area/region, thereby addressing poverty and unemployment. The main objective of this community service is to provide an understanding of the products produced by SMEs in Lampisang village, Aceh Besar, to promote their village as One Village One Product. This aims to improve the competitive advantage of small and medium industries in Lampisang village, Aceh Besar, through this counseling. It is expected that this community service will give SMEs new ideas and insights on how to increase the competitive advantage of small and medium industries in the village. This service is conducted through counseling with the One Village One Product (OVOP) approach to enhance the competitive advantage of small and medium industries in Lampisang village, Aceh Besar. Data collection techniques involve field surveys and information from village officials, followed by interviews with SMEs based on the gathered data. The counseling is conducted face-to-face, with a question-and-answer session providing solutions to any problems encountered so far. The findings during the counseling show that many SMEs have never heard of OVOP. Thus, in the future, SMEs have suggested that community service continues with different themes to help them become more confident and motivated in running their businesses.

Keywords:

Product Innovation; Small Enterprises; Medium Enterprises; One Village One Product.

Abstrak

Seiring dengan berkembangnya teknologi membuat para usaha kecil menengah (UMKM) dapat memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk agar dapat meningkatkan perekonomian daerah atau negara. Daerah lampisang memiliki UMKM yang menjalankan usaha sejenis tetapi saling bersaing antar UMKM meskipun tetangga sekitar tanpa membawa nama daerah. Program *One Village One Produk* (OVOP) program ini diharapkan dapat meningkatkan potensi lokal di suatu wilayah/daerah sehingga mampu mengatasi kemiskinan dan pengangguran. Adapun tujuan utama pengabdian masyarakat ini untuk memberikan pemahaman tentang produk yang dihasilkan oleh UMKM di Desa Lamp isang Aceh besar dapat mengenalkan desa mereka sebagai *One Village One Produk* Produk. Agar dapat meningkatkan daya saing

unggulan industri kecil menengah di Desa Lampisang Aceh besar dengan dilakukannya penyuluhan. Diharapkan dengan adanya pengabdian masyarakat ini maka para UMKM memiliki ide serta wawasan dalam meningkatkan daya saing unggulan industri kecil menengah didesa tersebut. Pengabdian ini dilaksanakan dengan metode penyuluhan untuk pendekatan *One Village One Produk* (OVOP) dalam meningkatkan daya saing unggulan industri kecil menengah di desa Lampisang Aceh Besar. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan survey lapangan dan data dari aparat desa selanjutnya baru kita lakukan wawancara terhadap UMKM berdasarkan data yang kita dapatkan. Penyuluhan dilakukan dengan cara tatap muka yang nantinya ada sesi tanya jawab dan memberikan semacam solusi jika selama ini terjadi permasalahan. Temuan pada saat penyuluhan banyak UMKM yang belum pernah mendengar tentang OVOP. Sehingga kedepan para UMKM memberikan masukan agar kedepan pengabdian tetap dilakukan dengan teman yang berbeda agar dapat membantu mereka untuk lebih yakin dan lebih memotivasi UMKM dalam menjalankan usaha.

Kata Kunci:

Inovasi Produk; Usaha kecil; Usaha menengah; One Village One Product.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi mampu menggerakkan perekonomian suatu daerah, tentunya berkaitan dengan semakin banyaknya masyarakat khususnya UMKM (Usaha Kecil menengah) yang berwawasan luas sehingga dapat memanfaatkan internet untuk melakukan penjualan sebuah produk. Sebin banyak UMKM yang memanfaatkan internet dalam memasarkan sebuah produk maka UMKM dapat dikatakan para UMKM sudah memiliki peran terhadap peningkatan perekonomian daerah, hal ini berkaitan dengan tenaga kerja yang diperdagangkan oleh pemilik usaha.

Pendekatan secara OVOP baru dijalankan di Indonesia sejak 2006 oleh kementerian Perindustrian yang kemudian ditandai dengan terbitnya instruksi presiden No. 6/2007 tentang kebijakan percepatan pengembangan sektor reel dan pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UMKM) dan Peraturan Menperin No. 78/M-Ind/Per/9/2007 tentang peningkatan efektivitas pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM) melalui pendekatan *One Village One Produk* (OVOP) yang saling mengkait untuk mendorong produk lokal industri kecil dan menengah agar mampu bersaing di pasar global (Pasaribu et al., 2011).

OVOP atau *One Village One Product* adalah suatu pendekatan pengembangan potensi daerah disuatu wilayah untuk menghasilkan suatu produk kelas global yang unik khas daerah dengan memanfaatkan sumber daya lokal (Hermuningsih, Wardani, 2023). Hal ini berkaitan dengan program *One Village One Produk* (OVOP) sebagai program pengembangan ekonomi kreatif yang menjadi fokus awal pemerintah khususnya Banda Aceh melalui Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi (Disperindagkop) kota Banda Aceh (2010). Banda Aceh sudah ada yang menerapkan sistem OVOP seperti Ulee Kareng dengan produk unggulan kopi, Lampulo dengan produk unggulan ikan dan Lambaro skep dengan produk unggulan kerajinan.

Konsep utama pendirian OVOP adalah untuk membantu masyarakat dalam menemukan atau mengembangkan produk diwilah baik tingkat nasional atau global sementara pemerintah hanya membantu teknis dan kelembagaan dan dukungan keuangan (yamazaki, 2010). Gerakan OVOP juga dapat mendorong mobilisasi sumber daya manusia, material dan budaya setempat untuk menciptakan produk dan layanan lokal yang mempunyai nilai tambah bagi domestik global (kurokawa, tumbo, willem, 2010).

Penerapan OVOP pada Banda Aceh menunjukkan bahwa pembinaan yang diberikan melalui program OVOP memberikan dampak yang signifikan namun relatif sangat kecil terhadap penghasilan tenaga kerja wanita produk unggulan gampoeng yang menjadi UMKM binaan OVOP. Hal tersebut menunjukkan bahwa program OVOP di Banda Aceh belum memberikan dampak yang memuaskan bagi UMKM binaan OVOP. Pada dasarnya program OVOP dapat mendorong masyarakat agar dapat menghasilkan produk yang lebih inovatif dan unik sehingga dapat memperoleh dukungan dari pemerintah setempat berupa penyuluhan dan dan pelatihan untuk mempromosikan sebuah produk (Haraguchi, 2008).

Haryati dan Nursusila (2016) mengemukakan bahwa Inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan termasuk inovasi dari segala proses fungsional dan kengunaannya. Inovasi produk dapat dikaitkan dengan teknologi, karena selain memberikan nilai tambah terhadap produk juga berdampak positif bagi kehidupan masyarakat. Berdasarkan UUD No. 19 Tahun 2002, Inovasi produk merupakan rangkaian pengembangan dan penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam suatu produk. Sedangkan Usaha Mikro merupakan usaha mikro produktif yang dimiliki oleh perorangan atau lembaga yang mempunyai karakteristik sebagaimana diatur

dalam undang undang, yaitu yang memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 100.000.000 (seratus juta rupiah).

Penyebab utama yang menyebabkan kegagalan program OVOP disebabkan oleh tiga elemen: yang pertama masalah tidak memahami filosofi yang benar dan pendekatan proyek OVOP, kedua masalah kebijakan *Top Down*, ketiga kualitas sumber daya manusia (Claimone dan Jaiborisudhi, 2011).

Masalah: Menurut hasil survey yang sudah dilakukan bahwa di desa Lampisang Kabupaten Aceh Besar memiliki UMKM yang menghasilkan produk yang sama, yang selama ini sudah dijalankan atau beroperasi namun belum dikenal sebagai daerah penghasil produk di daerah UMKM tersebut. Penerapan OVOP ini merupakan langkah yang efektif dalam memberikan pengetahuan masyarakat tentang produk yang dikeluarkan pada daerah UMKM di Desa Lampisang Kabupaten Aceh Besar dalam rangkaian program pengabdian kepada masyarakat yang akan dilakukan. Dengan tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diantaranya adalah:

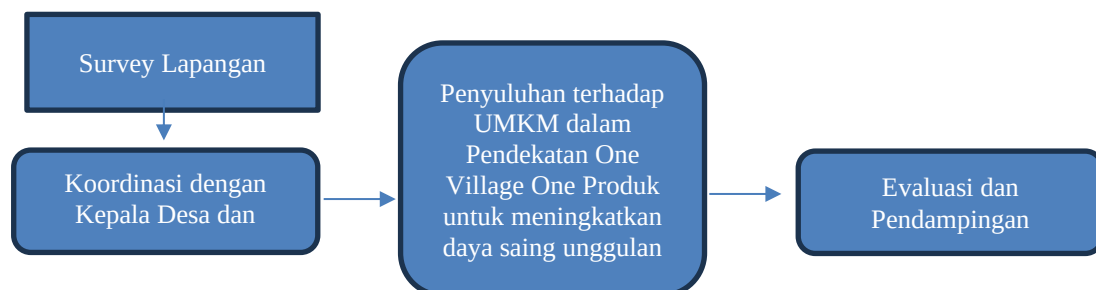
- Untuk memberikan pemahaman tentang produk yang dihasilkan oleh UMKM di desa Lampisang Aceh besar dapat mengenalkan desa mereka sebagai *One Village One Produk*.
- Meningkatkan daya saing unggulan industri kecil menengah di Desa Lampisang Aceh besar dengan adanya penyuluhan ini.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi para UMKM di Desa Lampisang Kabupaten Aceh Besar maka kami melakukan kegiatan masyarakat untuk memberikan pemahaman, wawasan dan memperkenalkan desa mereka sebagai UMKM yang mampu meningkatkan daya saing unggulan untuk desanya.

Bentuk aktivitas pelaksanaan kegiatan masyarakat ini yaitu dengan melakukan survey dan pengamatan di desa dengan cara pendekatan kepada kepala desa agar memperoleh data UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui dengan jelas permasalahan yang dihadapi UMKM dalam menciptakan daya saing serta menciptakan inovasi produk yang dihasilkan. Tim pelaksana akan melakukan dan menganalisis masalah yang terjadi kemudian menganalisa mencari solusi yang dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Setelah itu pelaksana akan melakukan pendekatan dan melihat produk yang dihasilkan, kemudian baru mengumpulkan para UMKM untuk diberikan penyuluhan.

2. METODE

Dalam melakukan pengabdian ini tahapan yang dilaksanakan serta capaian tujuan pengabdian yang dilakukan berdasarkan gambar berikut ini:



Gambar 1. Capaian Pengabdian

Berdasarkan survey lapangan yang kita lakukan ternyata selama ini UMKM desa tersebut tidak membawa nama desa melainkan hanya untuk individu. Hasil survey juga menyatakan bahwa UMKM menghasilkan produk yang sama seperti kue Bhoi, kekarah, dan lain lain. Oleh sebab itu dari hasil survey tersebut kami melakukan pertemuan dengan kepala desa dan UMKM terlebih dahulu untuk mengetahui permasalahan yang terjadi selama ini, dari hasil yang didapatlah kami memiliki inisiatif untuk melakukan penyuluhan terhadap UMKM dalam memberikan pemahaman bagaimana yang dikatakan dengan *One village One Produk* (OVOP) agar dapat meningkatkan daya saing unggulan kedepannya.

Pengabdian ini dilakukan bersifat kualitatif hanya penyuluhan atau sosialisai tentang OVOP. dan setelah penyuluhan ini dilaksanakan banyak para UMKM meminta agar kedepan melakukan pengabdian yang berbeda terkait dengan pendampingan pelaporan pemasukkan yang diperoleh dari penjualan serta pemanfaatan teknologi dalam memasarkan produk.

Pengabdian masyarakat ini mengikut sertakan UMKM Desa Lampisang Kabupaten Aceh Besar. Adapun UMKM yang hadir pada saat penyuluhan dilaksanakan sebanyak 10 UMKM. UMKM yang hadir berdasarkan usaha yang bergerak pada UMKM kue tradisional, seperti UMKM kue Bhoy, Kue kekarah, Kue Dodol, kue meusekat, Kue Wajik, kue semprong.

Metode Pengumpulan Data: pengumpulan data di gunakan dengan menjumpai perangkat desa untuk mengetahui jumlah UMKM yang ada di desa. Pengumpulan data UMKM didapat dari aparat desa yang

kemudian dari data tersebut kami menjumpa langsung pihak UMKM untuk melakukan wawancara tentang permasalahan yang terjadi saat ini. Wawancara di lakukan seperti biasa dengan mengobrol santai yang dilengkapi dengan photo saat wawancara berlangsung serta wawancara ini juga di lakukan dengan rekaman suara.

Prosedur Penelitian: Adapun langkah langkah yang dilakukan sebelum melakukan pengabdian adalah survei lapangan kemudian melakukan koordinasi dengan kepala desa, menjumpai UMKM, kemudian penetapan hari dan tanggal yang sesuai untuk dapat melaksanakan penyuluhan. Setelah penyuluhan dilaksanakan baru dilakukan evaluasi agar dapat mengetahui kendala dan langkah apa yang harus diambil jika ada permasalahan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian berjalan lancar namun ternyata pada saat penyuluhan berlangsung masih banyak masyarakat yang belum paham tentang metode OVOP ini. Karena selama ini mereka masih menggunakan cara tradisional dalam memasarkan produk mereka. Akan tetapi setelah penyuluhan berlangsung mereka menjadi sangat paham dan antusias untuk memajukan serta membawa nama desa tempat mereka tinggal dan usaha yang dijalankan agar dapat dikenal kedepannya. Pada saat penyuluhan berlangsung kendala dilapangan tidak adanya infokus sehingga kami harus menyediakan sendiri. Kami dari pihak pengabdian masyarakat juga masih banyak kendala dan keterbatasan waktu sehingga mungkin kedepan kami akan melakukan penelitian untuk melihat seberapa besar pengaruh promosi terhadap penjualan produk kue tradisional.

Ringkasan Temuan, masih banyak UMKM belum mengetahui tentang OVOP (*One Village One Produk*). Sehingga pada saat kami melakukan evaluasi pasca penyuluhan para UMKM antusias dan akan mulai menerapkan program tersebut. Peserta yakin dengan OVOP akan mampu meningkatkan pendapatan dan juga membantu desa agar cepat dikenal oleh masyarakat luas.

Implikasi berdasarkan temuan pada saat evaluasi kita melihat dampaknya luar biasa dan para aparat desa juga mengakuinya. Penyuluhan yang sudah dilakukan memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap desa dan para UMKM tentunya. Sehingga pendapatan yang dihasilkan juga meningkat. Hal ini membuat kami sebagai dosen merasa perlu mengadakan penyuluhan serupa di daerah yang berbeda. Hal ini akan memberikan masukan kepada pemerintah agar dapat membantu para UMKM.

Rekomendasi dalam hal ini kami memberikan rekomendasi kepada pihak aparat desa agar mengelompokkan UMKM berdasarkan jenis usaha yang kemudian apabila dibutuhkan pengembangan produk atau mau menghadirkan produk baru maka mereka di fasilitasi atau diberikan pelatihan agar cepat berkembang kedepannya. Kami juga sebagai pelaksana pengabdian akan terus melakukan evaluasi atau pemantauan sampai beberapa bulan selanjutnya sehingga jika ada yang harus diperbaharui maka akan dibicarakan ulang serta memikirkan langkah apa yang akan kita lakukan untuk membantu UMKM kedepannya.

Keterbatasan fasilitas serta masih minim modal dari pihak UMKM membuat ini akan menjadi kendala kedepannya apabila tidak dibimbing lebih lanjut. Karena para UMKM ada yang masih mencampur antar keuangan keluarga dengan penghasilan usaha mereka. Para UMKM banyak yang sudah berumur jadi kurang paham dan tidak bisa menggunakan media sosial dalam melakukan pemasaran produk.

Pengabdian masyarakat ini memberikan dampak luar biasa bagi UMKM dan aparat desa setempat. Aparatur desa meminta agar kedepannya dilakukan pengabdian yang serupa tetapi dengan tema yang berbeda. UMKM meminta agar kedepan temanya lebih ke pembuatan laporan keuangan. Jadi pada penerapan OVOP ini sangat diperlukan peran pemerintah, masyarakat serta para perguruan tinggi untuk membantu suatu daerah untuk kemajuan desa.

4. KESIMPULAN

Hasil dari penyuluhan yang dilakukan pada pengabdian masyarakat secara keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan baik tanpa ada kendala dan rintangan apapun. Hal ini sesuai dengan perencanaan awal yang sudah di susun oleh tim pengabdian. Respon yang kami dapatkan juga sangat positif hal ini terlihat dengan antusias warna pada saat kegiatan pengabdian berlangsung. Terutama pada sesi tanya jawab. Masyarakat juga mendukung penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat yang menurut masyarakat selama ini tujuan dan arah dari usaha yang dilakukan itu masih antar pribadi dan bersaing sesama UMKM satu wilayah dan belum membawa nama daerah tempat mereka tinggal.

Penyuluhan yang dilakukan berdampak positif dan membawa semangat baru bagi pemilik UMKM setempat. Sehingga mereka menyarankan agar kedepan tetap dilakukan pengabdian tetapi dengan topik yang berbeda terutama tentang pembuatan laporan keuangan sehingga mereka lebih profesional kedepannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku penyelenggara Pengabdian Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Bapak. Dr. Tarmizi Gadeng, S.E., M.Si., M.M sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, karena dengan dukungan beliau maka pengabdian ini bisa dilaksanakan. Terimakasih juga kepada Bapak Riwanul Nasron, S.T., M.T selaku kaprodi Bisnis Digital karena berkat motivasi yang diberikan maka pengabdian ini berjalan lancar. Terima kasih juga kepada semua tim yang sudah membantu terlaksananya kegiatan PKM ini khususnya para mahasiswa yang dengan ikhlas membantu dari awal pelaksanaan sampai PKM ini terlaksana.

REFERENCES

- Claymone, Y., & Jaiborisudhi, W. 2011. A Study on One village One Product Project (OVOP) in Japan and Thailand as an Alternative of Community Development in Indonesia: A Perspective on Japan and Thailand. *International Journal of East Asian Studies*. 16(1). 51–60.
- Haraguchi, N. 2006. The One-Village-One-Product (OVOP) movement: What it is, how it has been replicated, and recommendations for a UNIDO OVOP-type project (No. 03). Vienna.
- Haryanti, S.S., Nursusila, Linda (2016). Membangun kinerja pemasaran berbasis inovasi produk dan keunggulan bersaing (studi empiris pada kerajinan gitar di kabupaten sukoharjo) *jurnal aktual*
- Hermuningsih, S., Wardani, DW (2023). Pendekatan OVOP sebagai pengembangan dan kebijakan IKM dan UMKM dengan keunggulan daerah.
- Kementrian Perindustrian, 2010. Pedoman umum dan petunjuk teknik pengembangan IKM melalui pendekatan one vilage one produk (OVOP), Jakarta: Dirjen IKM kementrian Perindustrian
- Kurokawa, K., Tembo, F., & Willem, D. 2010. Challenge for the OVOP Movement in Sub-Saharan Africa (No. 18). Tokyo.
- M. Triharini, D. Larasati & R. Susanto, ‘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, pp. 29-42, 2014.
- Pasaribu, S. M (2011). Pengembangan Agro-Industri perdesaan dengan pendekatan One Village One Product (OVOP) *Forum penelitian agro ekonomi* Vol. 29 No. 1. Hal: 1(11)
- Undang-undang republik indonesia No. 20 Tahun 2008 Tentang usaha mikro kecil dan menengah
- W. Tambunan, Y. Sukmono, & L. O. Anggreani, “Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan dan Daya Saing, “*Jurnal Optimalisasi*, Vol. 7 No. 1. April 2021.
- Yamazaki, J. 2010. A Comparative Analysis of One Village One Product (OVOP) and its Replicability in International Development. *Institute of Social Studies*.