



PENGARUH PROGRAM SATU DESA SATU PRODUK (*ONE VILLAGE ONE PRODUCT*), TERHADAP PENGEMBANGAN EKONOMI DESA

Endang Murti¹, Harianto², Retno Iswati³

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Merdeka Madiun, Indonesia

e-mail: endangmurti@unmer-madiun.ac.id

ABSTRAK

Pengembangan sektor ekonomi pedesaan memiliki fungsi strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan sekaligus sebagai upaya mengatasi kemiskinan sosial. Oleh karena itu, sektor ekonomi pedesaan dapat menjadi perhatian utama pemerintah melalui kebijakan dana desa untuk mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi pedesaan. Gerakan satu desa satu produk (*One Village One Product*), menjadi gerakan secara menyeluruh bagi desa-desa dalam pengembangan produk lokalnya agar memiliki kualitas daya saing di pasar-pasar lokal, regional, nasional, dan bahkan ditingkat global. Setiap desa diyakini memiliki produk lokal yang memiliki ciri kekhasan yang berbeda dengan produk lainnya, sehingga memiliki nilai jual yang tinggi apabila dikembangkan secara serius. Untuk itu, dibutuhkan komitmen pemerintah desa dan masyarakat untuk bekerja sama dalam menyusun program pengembangan produk desa yang dibutuhkan, karena masyarakatlah yang paling mengetahui akan kebutuhannya. Dengan diberikan akses dan kesempatan bagi masyarakat dalam menentukan program pengembangan tersebut, akan dihasilkan program-program yang benar-benar sesuai dengan persoalan yang tengah dihadapi masyarakat dalam menghasilkan produk lokal tersebut. Dengan pemberdayaan produk lokal akan mampu menumbuhkan dan menggerakkan ekonomi pedesaan melalui pengembangan kualitas dan manajemen produk yang lebih profesional.

Kata Kunci: Produk lokal, OVOP, Pemerintah desa, pemberdayaan ekonomi desa.

ABSTRACT

*The development of the rural economic sector has a strategic function in improving people's welfare and at the same time as an effort to overcome social poverty. Therefore, the rural economic sector can become the government's main concern through the village fund policy to encourage the acceleration of rural economic growth. The one village one product movement (*One Village One Product*) is a comprehensive movement for villages in developing their local products so that they have quality competitiveness in local, regional, national, and even global markets. Each village is believed to have local products that have unique characteristics that are different from other products, so that they have a high selling value if they are seriously developed. For that, a commitment from the village government and the community is needed to work together in formulating the needed village product development program, because the community knows best about their needs. By being given access and opportunities for the community in determining the development program, programs will be produced that are truly in line with the problems that the community is facing in producing these local products. By empowering local products, it will be able to grow and drive the rural economy through quality development and more professional product management.*

Keywords: local products, OVOP, village government, village economic empowerment.



PENDAHULUAN

Gerakan satu desa satu produk (*one village on product*) menjadi momen yang strategis dalam menumbuhkan dan mendorong warga masyarakat untuk membentuk dan meningkatkan kapasitas usahanya guna meningkatkan pendapatan dan kesejahteraannya. Gerakan satu desa satu produk didasari bahwa setiap wilayah/desa memiliki potensi usaha yang memungkinkan untuk dapat menjadi ikon dalam produk unggulan desa. Melalui peningkatan nilai produk lokal diharapkan dapat bersaing di pasar-pasar lokal, regional, nasional, dan bahkan global. Gerakan satu desa satu produk merupakan suatu program yang integratif yang berupaya meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha bisnis secara rasional dengan memperhatikan manajemen usaha, transfer teknologi, dan jaringan pemasarannya. Produk lokal yang telah turun temurun memiliki nilai kekhasan tertentu yang dapat digali dan dikembangkan untuk menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi di pasar-pasar modern. Salah satu aspek penting dalam pengembangan produk lokal adalah pengembangan kapasitas masyarakat agar memiliki kreatifitas dan inovasi terhadap produk yang dihasilkan, karena menjadi tuntutan dengan semakin meningkatnya persaingan produk di pasar-pasar modern. Untuk itu, dibutuhkan komitmen pemerintah dan warga masyarakat desa terhadap sasaran dalam pengembangannya, karena dengan kerja sama dapat dihasilkan program-program pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Kelemahan-kelemahan terhadap produk usaha yang dihasilkan warga yang lebih memahami dan mengetahui adalah masyarakat itu sendiri. Peran pemerintah dalam hal ini hanya sebagai fasilitator yang dibutuhkan oleh warga masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat biasanya dikaitkan dengan ketidakmampuan masyarakat dalam mendayagunakan potensinya, sehingga menimbulkan ketidakpercayaan diri dalam menghadapi perubahan lingkungan sosialnya. Pemberdayaan (*Empowerment*) merupakan konsep yang berkaitan dengan kekuasaan (*power*). Istilah kekuasaan seringkali identik dengan kemampuan individu untuk membuat dirinya atau pihak lain melakukan apa yang diinginkan. Kemampuan tersebut baik untuk mengatur dirinya, mengatur orang lain sebagai individu atau kelompok/organisasi, terlepas dari kebutuhan, potensi, atau keinginan orang lain. Pemberdayaan adalah suatu proses untuk memberikan daya/kekuasaan (*power*) kepada pihak yang lemah (*powerless*). Pemberdayaan tidak sekedar memberikan kewenangan atau kekuasaan kepada pihak yang lemah saja. Dalam pemberdayaan terkandung makna proses pendidikan, dalam meningkatkan kualitas individu, kelompok atau masyarakat sehingga mampu berdaya, memiliki daya saing, serta mampu hidup mandiri (Susilawati,2014).

Sebenarnya pemberdayaan masyarakat dalam konteks pembangunan sangatlah kompleks, dari aspek manajemen pembangunan perlu dilakukan perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi. Dari sisi bidang yang harus dibangun juga memiliki aspek kehidupan yang sangat luas. Aspek



kehidupan itu mencakup kehidupan politik, ekonomi, sosial dan budaya serta pertahanan dan keamanan. Dalam manajemen pemerintahan yang otoriter yang sentralistis, dalam realitas masyarakat lebih diposisikan sebagai obyek pembangunan. Ketika pemerintahan yang demokratis yang hendak dikembangkan, maka ada perubahan posisi masyarakat yang semula lebih diposisikan sebagai obyek pembangunan menjadi subyek pembangunan. Memposisikan masyarakat sebagai subyek dalam pembangunan agar bersifat efektif perlu dicarikan berbagai alternatif strategi pemberdayaan masyarakat. Pilihan strategi yang tepat diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat. Pembangunan ini memfokuskan pada paparan tawaran berbagai strategi pemberdayaan masyarakat (Susilawati, 2014). Disamping itu, menurut Sumodiningrat (2009:62), bahwa: pemberdayaan masyarakat merupakan upaya pemerintah untuk mendorong akselerasi penurunan angka kemiskinan yang berbasis partisipasi yang diharapkan dapat menciptakan proses penguatan sosial yang dapat mengantar masyarakat miskin menuju masyarakat yang madani, sejahtera, berkeadilan serta berlandaskan iman dan takwa. Sebagai tujuan pemberdayaan menunjuk pada keadaan atau hal yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial, yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya. Menurut Hikmat (2001:56), upaya pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan tiga hal: (1) Menciptakan iklim yang memungkinkan potensi manusia berkembang. Titik tolaknya adalah penekanan bahwa setiap manusia dan masyarakat memiliki potensi-potensi, kemudian diberikan motivasi dan penyadaran bahwa potensi itu dapat dikembangkan. (2) Memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat dimana perlu langkah-langkah yang lebih positif dan nyata, penyediaan berbagai masukan serta pembukaan berbagai akses kepada berbagai peluang yang akan membuat masyarakat mampu dan memanfaatkan peluang. Pemberdayaan pada jalur ini dapat berupa pemberian berbagai bantuan produktif, pelatihan, pembangunan sarana dan prasarana baik fisik maupun sosial, dan pengembangan kelembagaan di tingkat masyarakat. (3) Pemberdayaan mengandung arti pemihakan pada pihak yang lemah untuk mencegah persaingan yang tidak seimbang dan menciptakan kemitraan yang saling menguntungkan. Menurut Wijaya (2008:169-170), Pemberdayaan masyarakat terutama di pedesaan tidak cukup dengan hanya upaya meningkatkan produktivitas, memberikan kesempatan usaha yang sama atau memberi modal saja tetapi harus diikuti pula dengan perubahan struktur sosial ekonomi masyarakat, mendukung berkembangnya potensi masyarakat melalui peningkatan peran, produktivitas dan efisiensi serta memperbaiki empat akses yaitu : akses terhadap sumber daya, teknologi, pasar dan sumber pembiayaan. Keempat akses tersebut disamping menjadi tanggung jawab pemerintah untuk memfasilitasinya juga diperlukan peran aktif dari kelompok-



kelompok masyarakat di desa untuk membentuk usaha bersama atas kepentingan bersama pula yang diselenggarakan secara kekeluargaan.

Secara konseptual, pemberdayaan masyarakat berkaitan dengan masyarakat bawah yang biasanya mereka menjalankan kegiatan usaha yang serba terbatas baik dari aspek permodalan dan manajemen usahanya. Gerakan satu desa satu produk dimaksudkan untuk mengakomodir dari berbagai kegiatan usaha yang dilakukan oleh masyarakat pedesaan, yang biasanya memiliki kekhasan produk yang dihasilkan. Dengan mengakomodir berbagai kegiatan usaha itu, dapat dihasilkan produk unggulan desa yang menampung berbagai usaha yang dihasilkan oleh masyarakat desa, dan sekaligus memudahkan dalam pemberdayaan usahanya. Oleh karena itu, pemberdayaan merupakan upaya untuk meningkatkan potensi masyarakat agar memiliki kemampuan dan mengembangkan diri secara mandiri baik di bidang sosial, ekonomi, agama, dan budaya. Hal ini sebagaimana dikemukakan pula oleh Wijaya (2008:77), bahwa: pemberdayaan masyarakat merupakan upaya membangkitkan segala kemampuan yang ada untuk mencapai tujuan melalui perwujudan potensi kemampuan yang mereka miliki. Pencapaian tujuan melalui pertumbuhan motivasi, inisiatif, kreatif serta penghargaan dan pengakuan bagi mereka yang berprestasi. Kepercayaan diri merupakan kunci keberhasilan dalam penguatan potensi diri, oleh karena itu perlu diberikan akses yang luas kepada masyarakat lemah untuk tumbuhnya motivasi atau semangat diri untuk berkeaktifitas dalam memanfaatkan sumber daya yang ada. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Berger, Nenhau, dan Nisbet dalam Suharto (2005:61), bahwa: struktur penghubung (*mediating structures*) yang memungkinkan kelompok lemah mengekspresikan aspirasi dan menunjukkan kemampuannya terhadap lingkungan sosial yang lebih luas, kini kecenderungan melemah. Munculnya industrialisasi yang melahirkan spesialisasi kerja dan pekerjaan mobile telah melemahkan lembaga-lembaga yang dapat berperan sebagai struktur penghubung antara kelompok masyarakat lemah dengan masyarakat luas. Organisasi-organisasi sosial, lembaga-lembaga keagamaan (mesjid, gereja), lembaga keluarga yang secara tradisional merupakan lembaga alamiah yang dapat memberi dukungan dan bantuan informal, pemecah masalah dan pemenuhan kebutuhan para anggotanya, cenderung semakin melemah perannya. Oleh karena itu, seringkali sistem ekonomi yang diwujudkan dalam berbagai bentuk pembangunan proyek-proyek fisik, selain disatu pihak mampu meningkatkan kualitas hidup sekelompok orang, juga tidak jarang malah semakin meminggirkan kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat.

Konsep pemberdayaan ekonomi masyarakat diorientasikan pada pengembangan kelompok usaha kecil dan menengah (UKM), karena sebagian besar masyarakat bawah bergerak pada sektor UKM. Karakteristik UKM merupakan usaha yang dilakukan masyarakat dengan modal relatif terbatas, dan kurang memerlukan ketrampilan dalam kegiatannya. Biasanya UKM banyak dikerjakan pula oleh masyarakat desa sebagai usaha home industry, dan menjadi kegiatan usaha yang turun temurun dari



generasi kegenerasi. Menurut Edi Suharto, (2005:57), secara konseptual, pemberdayaan atau pemerkuasaan (*empowerment*) berasal dari kata power (kekuasaan atau keberdayaan). Karena ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan kekuasaan seringkali dikaitkan dengan kemampuan untuk membuat orang lain melakukan apa yang kita inginkan, terlepas dari keinginan dan minat mereka. Ini menunjukkan bahwa pemberdayaan berkaitan dengan upaya dalam rangka meningkatkan kemampuan masyarakat, khususnya kelompok rentan dan lemah, agar mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam mendayagunakan potensinya, untuk menunjang berbagai aktifitas sosialnya. Dengan kemampuan yang semakin meningkat, diharapkan masyarakat yang lemah mampu memenuhi kebutuhan dasarnya, tidak hanya terbatas kebutuhan pokok saja melainkan juga terpenuhi kebutuhan lainnya. Dalam rangka pemberdayaan masyarakat dibutuhkan proses atau langkah-langkah yang dilakukan secara terencana dan sistematis dalam upaya mengubah masyarakat yang kurang atau belum berdaya menuju lebih berdayaan. Langkah-langkah dimaksud meliputi tindakan yang nyata untuk melakukan peningkatan pengetahuan, dan sikap kerja melalui proses pendidikan dan pelatihan sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas masyarakat setempat.

Menurut Prijono & Pranarka (1996:77) menyatakan bahwa: pemberdayaan mengandung dua arti, yaitu: pengertian yang *pertama* adalah *to give power or authority*, dan pengertian *kedua* *to give ability to or enable*. Pengertian ini mengandung makna bahwa pemberdayaan adalah memberikan kekuatan atau kemampuan kepada pihak yang kurang/belum berdaya. Atau dapat dimaknai pula memberikan kewenangan atau otoritas untuk melakukan suatu kegiatan yang bermakna dapat meningkatkan aktifitas sosialnya. Sedangkan Sumodiningrat (2000) dalam Ambar Teguh (2004: 78-79) sedikit agar berbeda pemaknaannya, yaitu: pemberdayaan sebenarnya merupakan istilah yang khas Indonesia dari pada Barat. Di barat istilah tersebut diterjemahkan sebagai *empowerment*, dan istilah itu benar tapi tidak tepat. Pemberdayaan yang kita maksud adalah memberi “daya” bukan “kekuasaan” dari pada “pemberdayaan” itu sendiri. Barangkali istilah yang paling tepat adalah “*energize*” atau katakan memberi “energi”, pemberdayaan adalah pemberian energi agar yang bersangkutan mampu untuk bergerak secara mandiri. Suharto (2005:58), pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam: (a)memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan (*freedom*), dalam arti bukan saja bebas dari kebodohan, bebas pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, bebas dari kesakitan; (b)menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan; dan (c)berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi mereka. Menurut Ife (1995) dalam Edi Suharto (2005:59), pemberdayaan memuat dua pengertian kunci, yakni kekuasaan dan kelompok lemah. Kekuasaan disini diartikan bukan hanya menyangkut kekuasaan



politik dalam arti sempit melainkan kekuasaan atau penguasaan klien atas: (1) Pilihan-pilihan personal dan kesempatan-kesempatan hidup, kemampuan dalam membuat keputusan-keputusan mengenai gaya hidup, tempat tinggal, pekerjaan. (2) Pendefinisian kebutuhan: kemampuan menentukan kebutuhan selaras dengan aspirasi dan keinginannya. (3) Ide atau gagasan: kemampuan mengekspresikan dan menyumbangkan gagasan dalam suatu forum atau diskusi secara bebas dan tanpa tekanan. (4) Lembaga-lembaga: kemampuan menjangkau, menggunakan dan mempengaruhi pranata-pranata masyarakat, seperti lembaga kesejahteraan sosial, pendidikan, kesehatan. (5) Sumber-sumber: kemampuan memobilisasi sumber-sumber formal, informal dan kemasyarakatan. (6) Aktivitas ekonomi: kemampuan memanfaatkan dan mengelola mekanisme produksi, distribusi, dan pertukaran barang serta jasa. (7) Reproduksi: kemampuan dalam kaitannya dengan proses kelahiran, perawatan anak, pendidikan dan sosialisasi.

Lebih lanjut menurut Winarni (1998:75), bahwa: konsep pemberdayaan masyarakat, pada intinya meliputi tiga hal yaitu pengembangan (*enabling*), memperkuat potensi atau daya (*empowering*), terciptanya kemandirian. Lebih lanjut dalam penjelasannya, pada hakikatnya pemberdayaan merupakan penciptaan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Logika ini didasarkan pada asumsi bahwa tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa memiliki daya. Setiap masyarakat pasti memiliki daya, akan tetapi kadang-kadang mereka tidak menyadari atau daya tersebut masih belum diketahui secara eksplisit. Oleh karena itu daya harus digali dan kemudian dikembangkan. Jika asumsi ini berkembang maka pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya, dengan cara mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya. Di samping itu hendaknya pemberdayaan jangan menjebak masyarakat dalam perangkap ketergantungan (*charity*), pemberdayaan sebaliknya harus mengantarkan pada proses kemandirian (eprints.uny.ac.id › PDF BAB 2 09.10.040 Rif p.pdf). Dengan demikian, pemberdayaan dapat dimaknai sebagai suatu tindakan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat agar mereka dapat melakukan sesuatu (pembangunan) secara mandiri, dan pemberdayaan itu membutuhkan proses atau tahapan yang harus dilakukan dalam meningkatkan daya masyarakat agar memiliki kemampuan mandiri. Menurut Suparjan dan Hempri (2003:43), bahwa: pemberdayaan memiliki makna membangkitkan sumber daya, kesempatan, pengetahuan dan keterampilan masyarakat untuk meningkatkan kapasitas dalam menentukan masa depan mereka. Lebih lanjut dikemukakan, bahwa konsep utama yang terkandung dalam pemberdayaan adalah bagaimana memberikan kesempatan yang luas bagi masyarakat untuk menentukan sendiri arah kehidupan dalam komunitasnya. Pemberdayaan memberikan tekanan pada otonom pengambilan keputusan dari suatu kelompok masyarakat. Penerapan aspek demokrasi dan partisipasi dengan titik fokus pada lokalitas akan menjadi landasan bagi upaya penguatan potensi lokal. Pada aras ini pemberdayaan masyarakat juga difokuskan



pada penguatan individu anggota masyarakat beserta pranata-pranatanya. Pendekatan utama dalam konsep pemberdayaan ini adalah menempatkan masyarakat tidak sekedar sebagai obyek melainkan juga sebagai subyek. Konteks pemberdayaan, sebenarnya terkandung unsur partisipasi yaitu bagaimana masyarakat dilibatkan dalam proses pembangunan, dan hak untuk menikmati hasil pembangunan. Pemberdayaan mementingkan adanya pengakuan subyek akan kemampuan atau daya (*power*) yang dimiliki obyek. Secara garis besar, proses ini melihat pentingnya proses ini melihat pentingnya mengalih fungsikan individu yang tadinya obyek menjadi subyek (eprints.uny.ac.id › PDF BAB 2 09.10.040 Rif p.pdf).

Dengan demikian, pemberdayaan merupakan sebuah proses dan tujuan. Sebagai proses, pemberdayaan merupakan serangkaian kegiatan untuk memperkuat kemampuan kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan. Sebagai tujuan, pemberdayaan menunjuk suatu hasil yang dicapai dalam melakukan suatu perubahan sosial, dari masyarakat yang kurang berdaya menjadi lebih berdaya, melalui peningkatan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, memiliki mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kesehariannya. Gerakan satu desa satu produk (*One Village One Product*) atau disingkat dengan OVOP merupakan gerakan sosial dalam rangka pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengembangan produk lokal. Gerakan OVOP awalnya sebagai gagasan dari Mirihiko Hiramatsu untuk mengangkat nilai jual produk pertanian lokal dengan motto "*let's plant plums and chestnuts to go to Hawaii*" dan berhasil mendorong produk pertanian tersebut ke market internasional. Gerakan OVOP tersebut kini telah menjadi strategi pemberdayaan ekonomi rakyat untuk mendorong kapasitas produk lokal berkembang secara meluas dan bahkan diharapkan dapat memasuki pasar-pasar modern dalam pemasarannya. Tujuan dari gerakan OVOP adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat utamanya masyarakat desa melalui peningkatan kualitas produk lokal yang ada agar memiliki daya saing yang tinggi untuk memperluas jangkauan pemasarannya ditingkat lokal, regional, nasional, dan bahkan global. Melalui pengembangan produk lokal akan dapat menggerakkan ekonomi pedesaan dan sekaligus dapat meningkatkan taraf pendapatan dan kesejahteraannya. OVOP sebagai suatu program integratif dengan sasaran meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang selama ini dihasilkan memiliki nilai jual dan daya saing yang tinggi apabila dilakukan dengan profesional. Menurut Mr. Hiramatsu dalam Sugiharto dan Rizal (2008), ada tiga prinsip utama dalam gerakan OVOP, yaitu: (1). Lokal tapi global, semakin lokal berarti semakin global. Maksudnya, komoditas atau produk yang bersifat lokal ternyata bisa menjadi komoditas atau produk yang *go internasional*. Pengembangan Gerakan OVOP ditujukan untuk mengembangkan dan memasarkan satu produk yang bisa menjadi sumber kebanggaan



rakyat setempat. (2). Kemandirian dan kreativitas. Penghela dari gerakan adalah warga sendiri. Bukanlah pejabat Pemerintah yang harus menentukan produk spesifik lokal yang harus dipilih dan dikembangkan, tetapi harus menjadi pilihan rakyat untuk merevitalisasi daerah mereka. Poin penting yang perlu dijadikan pertimbangan adalah jangan memberikan subsidi secara langsung kepada masyarakat setempat. (3). Pengembangan sumber daya manusia merupakan komponen terpenting dari kampanye gerakan ini. Bukanlah Pemerintah, tetapi warga masyarakatlah yang harus menghasilkan kekhasan. Maka, sumber daya manusia yang ada serta masyarakat harus diberikan pengetahuan mengenai gerakan OVOP serta pengenalan potensi daerah yang ada sehingga mereka bisa menjadi penggerak gerakan OVOP di daerah. Kita harus bisa mampu mendorong sumber daya manusia yang inovatif yang mampu melakukan tantangan baru di sektor pertanian, pemasaran, pariwisata dan bidang lainnya. Oleh karena itu, dalam implementatifnya dibutuhkan komitmen bersama antara pemerintah dengan masyarakat desa untuk bekerja sama dalam mengembangkan produk lokal tersebut. Pemerintah harus membuka ruang dan kesempatan kepada warga masyarakat desa untuk terlibat didalam menentukan program pemberdayaan yang dibutuhkan, karena yang paling memahami dan mengetahui kebutuhan yang perlu dilakukan adalah masyarakat itu sendiri. Pemerintah harus menyediakan fasilitas yang diperlukan dalam pengembangannya sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan masyarakat desa, agar program pengembangan dapat berjalan dengan tepat sesuai dengan sasaran yang diharapkan oleh masyarakat desa. Ketepatan dalam pengembangan ekonomi masyarakat desa dapat mendorong pertumbuhan ekonomi desa juga, sehingga dapat mempercepat proses kemajuan desa.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui penilaian responden tentang Gerakan satu desa satu produk (*One Village One Product*), dan pemberdayaan ekonomi desa. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 120 responden yang dipilih secara acak di 6 desa Kabupaten Ngawi. Masing-masing desa ditetapkan 20 responden secara stratified random sampling, yang terdiri dari: kepala desa dan perangkat desa, BPD, LKMD, PKK, serta UMKM-UMKM masyarakat desa. Penilaian responden diukur menggunakan skala likert dengan gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata antara lain: a) Sangat setuju dengan skor 5, b) setuju dengan skor 4, c) Ragu-ragu dengan skor 3, d) Tidak setuju dengan skor 2, dan e) Sangat tidak setuju dengan skor 1. Sedangkan metode analisis data menggunakan model analisis regresi dengan pengolahan melalui SPSS.



HASIL DAN PEMBAHASAN.

Test Korelasi

Untuk uji hipotesis dilakukan uji korelasi antara variabel Gerakan satu desa satu produk (*one Village One Product*) (VX) sebagai variabel independent terhadap pengembangan ekonomi desa (VY) sebagai variabel dependent. Hasil uji korelasi sebagai berikut:

Tabel. 1
Hubungan Gerakan Satu Desa Satu Produk (*one Village One Product*)
terhadap Pengembangan Ekonomi Desa

Correlations			Satudesasatuproduk	pengembekonomi desa
Sperman's rho	satudesasatuproduk	Correlation Coefficient	1.000	.767**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	120	120
	pengembekonomidesa	Correlation Coefficient	.767**	1
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel diatas, nilai r_{hitung} korelasi antara variabel Gerakan Satu Desa Satu Produk (*one village one product*) dengan variabel pengembangan ekonomi desa adalah sebesar 0,767 dengan nilai $p_{value} = 0,000$. Jika dibandingkan dengan nilai $\alpha = 0,05$ maka diketahui $p_{value} = (0,000) < \alpha (0,05)$. Dengan demikian, hipotesis H_a diterima yaitu ada korelasi antara Gerakan Satu Desa Satu Produk (*one village one product*) dengan pengembangan ekonomi desa.

Test Regresi

Hasil perhitungan regresi antara variabel Gerakan satu desa satu produk (*one Village One Product*) terhadap pengembangan ekonomi desa, adalah:

Tabel. 2
Pengaruh Gerakan Satu Desa Satu Produk (*one Village One Product*)
terhadap Pengembangan Ekonomi Desa

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.887	3.312		1.132	.235
	satudesasatuproduk	.838	.043	.789	14.846	.000

a. Dependent Variable: pengembekonomidesa

Dari persamaan regresi ($Y = a + bX$), dapat diidentifikasi: (1) Nilai konstanta 3,887; menunjukkan Gerakan Satu Desa Satu Produk (*one Village One Product*) akan konstan apabila variabel pengembangan ekonomi desa sama dengan nol (tidak ada), dengan asumsi faktor-faktor lain tetap atau tidak berubah nilainya. (2) Variabel Gerakan Satu Desa Satu Produk (*one Village One Product*) yang bernilai 0,838 (positip) menunjukkan adanya pengaruh Gerakan Satu Desa Satu Produk



(*one Village One Product*) terhadap pengembangan ekonomi desa. Jika Gerakan Satu Desa Satu Produk (*one Village One Product*) meningkat sebesar 1 satuan maka pemberdayaan ekonomi desa juga meningkat sebesar 0,838. Dengan demikian Gerakan Satu Desa Satu Produk (*one Village One Product*) berpengaruh positif terhadap pengembangan ekonomi desa.

Test Determinasi.

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Hasil uji koefisien determinasi adalah:

Tabel. 3 Hasil Uji Determinasi antara variabel Gerakan satu desa satu produk (*one Village One Product*) dan pengembangan ekonomi desa

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 ^a	.635	.629	4.813

- a. Predictors: (Constant), satudesasatuproduk
b. Dependent Variable: pengebeconomidesa

Besarnya *Multiple Coefisien of Determination (R Square)* adalah 0,635 atau 63,5 % yang berarti pengembangan ekonomi desa dapat dijelaskan oleh variabel Gerakan Satu Desa Satu Produk (*one Village One Product*), sedangkan sisanya 36,5 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Gerakan satu desa satu produk merupakan upaya pemerintah dalam mendorong dan memotivasi kepercayaan masyarakat desa akan produk yang dihasilkan memiliki daya saing yang lebih tinggi, apabila dikelola dengan manajemen bisnis yang lebih rasional. Melalui gerakan satu desa satu produk diharapkan masing-masing desa memiliki produk unggulan yang dapat menjadi ikon dan sekaligus meningkatkan pertumbuhan ekonomi pedesaan. Pengelolaan produk pedesaan yang akan menjadi ikon produk unggulan, dalam pengembangannya akan diinisiasi secara langsung oleh pemerintah daerah dengan didukung pemerintah desa melalui pemanfaatan dana desa. Masyarakat desa bersama-sama pemerintah desa melakukan selektifitas dalam menentukan produk desa yang nantinya menjadi produk unggulan desa. Pelibatan masyarakat desa ini diharapkan dapat menumbuhkan semangat berusaha secara kolaboratif yang akan difasilitasi pemerintah desa, mulai dari pembinaan dan pelatihan manajemen usaha, transfer teknologi tepat guna, pengepakan, sampai dengan pemasarannya. Dengan komitmen bersama antara masyarakat desa dengan pemerintah desa tersebut, dapat meningkatkan daya saing produk desa di pasar-pasar modern dan sekaligus meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat desa.

SIMPULAN

Gerakan satu desa satu produk (OVOP) mendapat sambutan yang positif dalam kaitannya untuk menumbuhkan dan memotivasi masyarakat desa dalam pengembangan kegiatan usaha. Dengan mensinergikan pemanfaatan dana desa di masing-masing desa menjadi lebih fokus pemerintah desa



dalam menyusun program pemberdayaan ekonomi warga. Melalui pembentukan lembaga ekonomi desa yang dikelola secara mandiri oleh warga desa dapat menjadi wadah bagi masyarakat dalam pengembangan kualitas produk yang dihasilkan serta memperluas jangkauan pemasaran produk. Pembinaan dan pelatihan yang diinisiasi oleh pemerintah desa menunjukkan komitmen pemerintah untuk mengembangkan usaha masyarakat, melalui berbagai pelatihan manajemen usaha yang rasional, serta pengembangan kualitas produk menghasilkan daya saing yang kompetitif di pasar-pasar regional, dan nasional. Berkembangnya kegiatan usaha warga desa tersebut dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, dan sekaligus sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi desa.

DAFTAR RUJUKAN

- Ambar Teguh Sulistyani, 2004, *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*, Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Ghozali, Imam, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hikmat, R. Harry. 2001. *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Penerbit: Humaniora Utama Press (HUP), Bandung.
- Pranaka, Prijono dan S, Onny, 1996, *Pemberdayaan, Konsep Kebijakan dan Implementasi*, Jakarta: Centre For Strategic and Studies.
- Sugiharto, Yanto & Syamsul, Rizal. 2008. *Gerakan One Village One Product. (OVOP)*. Penerbit: PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Suharto, Edi. 2005, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat*, Penerbit: Refika Aditama, Bandung.
- Sumodiningrat, Gunawan. 1999. *Pemberdayaan dan Jaringan Pengaman Sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Susilawati, 2014, 12 BAB II LANDASAN TEORI 2.1 Konsep Pembangunan ..., *repository.uin-suska.ac.id* › ...
- Wijaya. 2008. *Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.
-, BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR A ..., *eprints.uny.ac.id* › PDF BAB 2 09.10.040 Rif p.pdf