

## UPAYA PEMBERDAYAAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT PEDESAAN DI KABUPATEN NGAWI MELALUI PROGRAM *ONE VILLAGE ONE PRODUCT*

**KHOYRUL ANWAR**  
Universitas Soerjo Ngawi  
[khoyrula8@gmail.com](mailto:khoyrula8@gmail.com)

### **Abstract**

*The purpose of this study was to determine the efforts of the Ngawi Regency Government empowering local community businesses through the implementation of the one village one product (OVOP) program. The research was conducted with a qualitative approach, with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and secondary data analysis to obtain comprehensive information in finding data and facts to answer the main problems in this study. The researcher uses the theory of one village one product and the theory of regional development. The results showed that the one village one product program was able to develop community businesses, which was marked by an increase in the number of small and medium enterprises as many as 924 in the period 2015 to July 2020. Some of the leading commodities developed were the manufacture of teak wood handicrafts, durian fruit centers, and other creative food industries. Some of these superior products have proven to be able to survive and compete with domestic and foreign products, some of which have even been exported to various countries.*

**Keywords:** *one village one product, Empowerment, Community, Ngawi Regency*

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya Pemerintah Kabupaten Ngawi memberdayakan usaha lokal masyarakat melalui pemberlakuan program one village one product (OVOP). Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan telaah data sekunder untuk mendapatkan informasi yang komprehensif dalam mencari data dan fakta untuk menjawab pokok permasalahan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan teori one village one product dan teori pengembangan wilayah. Hasil penelitian menunjukkan dengan adanya program one village one product mampu mengembangkan usaha masyarakat yang ditandai dengan meningkatnya jumlah usaha kecil dan menengah sebanyak 924 usaha pada rentang waktu 2015 hingga Juli 2020. Adapun beberapa komoditas unggulan yang dikembangkan adalah pembuatan kerajinan tangan kayu jati, sentra buah durian dan industri makanan kreatif lainnya. Beberapa produk unggulan tersebut terbukti mampu bertahan dan bersaing dengan produk dalam negeri maupun luar negeri, bahkan diantaranya telah diekspor ke berbagai negara.

**Kata kunci:** One village one product, Pemberdayaan, Masyarakat, Kabupaten Ngawi

### **PENDAHULUAN**

Ketimpangan distribusi kesejahteraan antara kota dan desa menjadi fenomena umum diberbagai negara dalam dewasa ini. Sentralisasi kegiatan ekonomi di kota telah menjadi pemicu terjadinya urbanisasi dan realokasi sumber daya daerah ke pusat kota. Implikasinya kegiatan ekonomi di level desa mengalami stagnasi dan

kemunduran ekonomi. Menurut Akhmad Sajarwan dkk (2009) bahwa “pembangunan desa sangat bergantung pada peran pemerintah pusat, karena kemandirian daerah dalam mengelola sumber daya lokal tidak tercipta”. Maka, permasalahan ini yang kemudian memunculkan konsep-konsep pembangunan regional yang mampu mengakselerasi sumber daya lokal untuk mereduksi jurang pemisah antara pembangunan di kota dan di desa.

Dari beberapa konsep pembangunan yang muncul, menurut penulis konsep *One Village One Product* (OVOP) merupakan menjadi salah satu konsep yang berkembang cukup baik dan direplikasi oleh banyak negara dalam menjawab permasalahan ketimpangan pembangunan secara vertikal maupun horisontal. Secara umum OVOP bertujuan untuk mengembangkan produk yang dapat diterima global dengan tetap mempertahankan dan invensi nilai tambah lokal pada suatu produk, serta mendorong semangat menciptakan kemandirian masyarakat.

Sejauh ini kegiatan OVOP di Indonesia diatur dengan Peraturan Menteri Perindustrian RI. No. 78/M-IND/PER/9/2007 tentang Peningkatan Efektivitas Pengembangan Industri Kecil dan Menengah melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk (*One Village One Product*) di Sentra. Dimana, munculnya peraturan ini tidak lepas dari keinginan pemerintah untuk meningkatkan peran industri kecil dan menengah (IKM) dalam perekonomian, kesejahteraan masyarakat dan mengurangi angka pengangguran.

Pada tahun 2008 yang lalu, pertama kali direalisasikannya kegiatan OVOP ini dan mulai dilakukan cukup masif oleh Kementerian Perindustrian dengan harapan IKM dapat berkembang dan masuk ke pasaran produk nasional dan internasional. Bergulirnya program PNPM turut pula mendorong akselerasi kegiatan IKM dan UKM di daerah dari sisi modal. Sinergisitas penerapan OVOP dan PNPM, mampu mendorong percepatan pembangunan daerah disamping penguatan kerjasama pihak-pihak terkait, seperti Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Pertanian, Bappenas, Pemerintah Daerah, pihak-pihak swasta, dan masyarakat luas lainnya.

Sampai dengan tahun 2018, Kementerian Perindustrian telah memetakan beberapa sentra pengembangan di 80 wilayah Kabupaten yang memiliki sarana dan prasarana yang lebih siap seperti Jawa, Bali, Sumatera Barat, NTB, dan Bali (Kompas, 27 Februari 2018). Dalam mengakomodasi usulan pemerintah daerah

yang akan mengembangkan kegiatan OVOP, pemerintah pusat menerapkan sistem *bottom up*. Kementerian Perindustrian menyeleksi lokasi usulan pemerintah daerah dengan menggunakan beberapa kriteria, seperti keunikan khas budaya dan keaslian lokal/originalitas, mutu dan tampilan produk, potensi pasar yang terbuka di dalam dan di luar negeri serta kontinuitas dan konsistensi produksi yang didukung sumber daya lokal (Akhmad Sajarwan dkk, 2009). Dari proses pemetaan yang dilakukan oleh Kementerian Perindustrian, ada beberapa contoh produk unggulan yang berhasil diperoleh sebagai kompetensi inti daerah. Misalnya di daerah Gowa, produk unggulannya adalah sirup markisa. Di Sumbawa, produk unggulannya adalah rumput laut. Batik dan mebel kayu dapat dijumpai di daerah Pekalongan dan Sumedang.

Dalam hal potensi, Kabupaten Ngawi sebagai salah satu daerah paling ujung barat yang ada di wilayah Provinsi Jawa Timur dan berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Tengah, juga tidak mau kalah untuk mengidentifikasi keunggulan produk daerahnya. Kabupaten Ngawi mampu mengakselerasi daerahnya melalui produk unggulan seperti buah durian, industri tempe dan kripik tempe, kerajinan bambu, dan industri kerajinan *craft and furniture*.

Konsep OVOP dan iklim investasi yang kondusif menjadi pengungkit utama keberhasilan strategi pembangunan Kabupaten Ngawi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Peran dan dukungan pemerintah daerah juga ditunjukkan dengan adanya Peraturan Bupati Ngawi Nomor 6 Tahun 2020 tentang Pengelolaan Keuangan Desa, dimana salah satunya ialah mengintruksikan kepada setiap kecamatan dan desa untuk mengklasifikasikan produk unggulan sampai kepada level desa. Dengan adanya data potensi masing-masing desa di Kabupaten Ngawi, akan menjadi informasi bagi pelaku usaha yang ingin berinvestasi. Selain itu, data pemetaan keunggulan produk ini juga akan menjadi pedoman bagi pemerintah daerah dalam merancang sekaligus menerapkan strategi pembangunan daerah selanjutnya.

Maka dalam kesempatan ini, penelitian ini berupaya untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana implementasi program OVOP ini di Kabupaten Ngawi serta menganalisis bagaimana pengaruhnya terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal.

## STUDI LITERATUR

### ***One Village One Product***

Pendekatan *One Village One Product* pertama kali dicetuskan oleh Prof. Morihiko Hiramatsu yaitu seorang gubernur Oita di Jepang pada tahun 1980 (*Egypt Network For Integrated Development*). Konsep ini selanjutnya diadopsi oleh negara-negara di Asia termasuk Indonesia. *One Village One Product* (Satu Desa Satu Produk) merupakan pendekatan pengembangan potensi daerah di suatu wilayah untuk menghasilkan satu produk yang unik/khas daerah dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Satu desa sebagaimana dimaksud dapat diperluas menjadi kecamatan, kabupaten/kota, maupun kesatuan wilayah lainnya sesuai dengan potensi dan skala usaha secara ekonomis. Penerapan OVOP pada dasarnya memiliki beberapa tujuan. Pertama, untuk menggali dan mempromosikan produk inovatif dan kreatif lokal, dari sumber daya, yang bersifat unik khas daerah, bernilai tambah tinggi, dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan, memiliki *image* dan daya saing yang tinggi. Kedua, pengembangan IKM yang berdaya saing tinggi di pasar domestik dan global serta mencari komoditas potensial di satu sentra yang memanfaatkan potensi lokal. Ketiga, menciptakan kawasan sentra pengembangan produk yang nantinya dapat diatur dan terkoodinir secara terpadu dan berkelanjutan.

Menurut Wayan Dipta (2009), terdapat 3 prinsip gerakan OVOP yang menjadi acuan gerakan ini yaitu:

1) Prinsip *local but global*

Pengembangan gerakan OVOP ditujukan untuk mengembangkan dan memasarkan satu produk yang dapat menjadi sumber kebanggaan rakyat setempat. Tujuan dari gerakan ini, adalah untuk membuat kekhususan produk lokal yang dapat dipasarkan secara global. Dengan kata lain, pengembangan OVOP ditujukan untuk mengembangkan dan memasarkan produk lokal yang mampu meraih prestasi dunia.

2) Prinsip *Self reliance and creativity*

Kemandirian dan kreativitas dimulai dari warga masyarakat itu sendiri. Masyarakat pasti memiliki kearifan lokal dan potensi yang dapat digunakan untuk memulai bisnis, dengan menggunakan secara utuh kekhasan yang ada. Dengan demikian, gerakan OVOP merupakan kampanye untuk memfasilitasi



pembangunan regional melalui penyadaran akan potensi lokal dan memaksimumkannya dengan spirit kemandirian.

### 3) Prinsip *Human resource and development*

Merupakan prinsip yang berarti program OVOP harus mampu mengembangkan sumber daya manusia yang ada agar lebih kreatif dan mandiri

Pada perkembangannya, ketiga prinsip OVOP inilah yang menjadi pedoman bagi negara-negara lain yang akan melaksanakan dan mengembangkan OVOP di negara masing-masing. Di Thailand, *OVOP* lebih dikenal sebagai *OTOP*, yaitu *One Tambon, One Product* dan bisa dengan mantap memasuki era industri yang berbasis pertanian. Melalui program sejenis *OVOP* ini beberapa negara di Asia Tenggara juga dapat menemukan keunggulan bersaing berdasarkan potensi sumberdaya dan *competitiveness* masing-masing produk negara tersebut.

### **Pengembangan Wilayah**

Konsep pengembangan wilayah atau disebut juga dengan *regional management* lahir di tengah proses transisi desentralisasi pembangunan daerah di Indonesia dan tantangan globalisasi. Pembentukan *regional management* merupakan suatu kebutuhan untuk mewujudkan kerjasama pembangunan yang lebih terintegrasi. Konsep ini tidak hanya difokuskan pada suatu sektor saja tetapi disesuaikan dengan potensi yang dimiliki masing-masing daerah. Fokus *regional management* adalah sinergi pembangunan antar daerah dengan memberdayakan potensi ekonominya (Diah Setyorini Gunawan, 2008). Melalui pendekatan kerja sama kecamatan, diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengalokasian sumber daya. Kerja sama kecamatan dalam konteks pengembangan wilayah dapat memicu penciptaan iklim usaha kondusif secara regional, pengelolaan pemasaran bersama, peningkatan akses pada pembiayaan bagi produk lokal, dan peningkatan akses informasi dan teknologi.

Menurut Alkadri, et.al. (2019) terdapat tiga kelompok konsep pengembangan wilayah yaitu konsep pusat pertumbuhan, konsep integrasi fungsional dan konsep pendekatan desentralisasi. Konsep pusat pertumbuhan menekankan pada perlunya melakukan investasi secara besar-besaran pada suatu pusat pertumbuhan atau wilayah/kota yang telah mempunyai infrastruktur yang baik. Pengembangan wilayah di sekitar pusat pertumbuhan diharapkan melalui proses *trickle down effect*. Konsep integrasi fungsional mengutamakan adanya integrasi yang diciptakan secara

sengaja diantara berbagai pusat pertumbuhan karena adanya fungsi yang komplementer. Konsep ini menempatkan suatu kota atau wilayah mempunyai hirarki sebagai pusat pelayanan relatif terhadap kota atau wilayah yang lain. Sedangkan konsep desentralisasi dimaksudkan untuk mencegah tidak terjadinya aliran keluar dari sumberdana dan sumberdaya manusia.

Apabila dicermati maka paradigma pengembangan wilayah telah bergeser pada upaya yang mengandalkan tiga pilar yaitu sumberdaya alam, sumberdaya manusia dan teknologi. Ketiga pilar tersebut merupakan elemen internal wilayah yang saling terkait dan berinteraksi membentuk satu sistem (Susilo, 2001). Hasil interaksi elemen tersebut mencerminkan kinerja dari suatu wilayah. Kinerja tersebut akan berbeda dengan kinerja wilayah lainnya, sehingga mendorong terciptanya spesialisasi spesifik wilayah.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan dengan paradigma kualitatif dan dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara mendalam, observasi, dan telaah data sekunder. Wawancara mendalam dilakukan terhadap pihak pemerintah khususnya Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Koperasi Kabupaten Ngawi, para pengusaha yang tergabung dalam sentra-sentra terkait, dan masyarakat sekitar. Observasi dilakukan untuk mengetahui secara langsung kegiatan yang berjalan di sentra terkait. Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang komprehensif dalam mencari data dan fakta untuk menjawab pokok permasalahan dalam penelitian ini. Teknik analisa data dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, dimana analisis dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama berada di lapangan dan setelah selesai dari lapangan. Miles and Huberman mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Sugiyono, 2005). Analisis Data kualitatif meliputi langkah *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing*.

## **PEMBAHASAN**

### **Peran Pemerintah Kabupaten Ngawi dalam Pengembangan OVOP**

Seiring dengan berkembangnya kegiatan industri, Pemerintah Kabupaten Ngawi juga menyeimbangkan pembangunan pedesaan melalui pengembangan potensi desa. Pelaksanaan OVOP di Kabupaten Ngawi diharapkan menjadi katalis

dalam mensejahterakan masyarakat lokal. Munculnya beberapa program pemerintah yang langsung menysasar pelaku usaha di tingkat desa menjadi momentum untuk mengembangkan kapasitas potensi desa. Peluncuran Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri oleh pemerintah pusat yang terlaksana sejak tahun 2007-2014 yang lalu menjadi *tools* pembangunan di kawasan perdesaan. Pembangunan perdesaan di Kabupaten Ngawi juga akan mengalami percepatan (akselerasi), terencana, sistematis, dan komprehensif seiring dengan adanya komitemn Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi dengan DPRD Kabupaten Ngawi dalam hal percepatan Pembangunan Perdesaan. Pembangunan OVOP itu sendiri, dalam jangka pangjangnya akan diterapkan disetiap desa di Kabupaten Ngawi dengan mempertahankan watak kultural desa yang dicirikan dengan produk unggulan masing-masing desa.

Seperti telah disebutkan sebelumnya, intervensi Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi terbagi dalam tiga bagian utama. Dari sisi peningkatan kualitas sumberdaya manusia, para penguasan dan pengrajin diberikan melalui pelatihan dan pemagangan. Pemerintah Kabupaten Ngawi mendirikan unit-unit kerja untuk sentra produk yang dihasilkan oleh para pengusaha dan pengrajin. Di unit kerja ini, selain menyediakan fasilitas pelatihan, Pemerintah Daerah juga memberikan bimbingan teknis, bantuan teknologi, dan peralatan produksi. Permasalahan desain produk yang menjadi kendala para pengusaha dan pengrajin khususnya *Craft and Furniture* selama ini, juga difasilitasi oleh Pemerintah Daerah melalui kegiatan pengembangan desain dan kemasan produk.

Dalam meningkatkan akses permodalan untuk kegiatan OVOP ini, Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi juga melakukan pelbagai cara, dimana salah satu kebijakan yang cukup berhasil adalah penguatan dan pengembangan lembaga keuangan mikro dengan lembaga keuangan daerah. *Linkage* pelbagai program antara lembaga keuangan mikro dengan lembaga keuangan daerah serta lembaga donor dikuatkan sebagai bagian dari pelayanan kepada para pengusaha dan pengrajin UMKM. Selain mempermudah dan menciptakan fasilitasi kredit, Pemda setempat juga mendorong sosialisasi dan intermediasi peningkatan akses para pengrajin UMKM prospektif kepada lembaga bank umum dan APBD.

Penyaluran modal usaha yang ada di Kabupaten Ngawi saat ini memang paling besar melalui lembaga keuangan seperti BPR, BRI dan BPD. Pemerintah juga

memberikan bantuan keringanan bunga pinjaman bagi para pengusaha dan pengrajin potensial. Ketika mengajukan kredit ke lembaga keuangan yang telah menjadi mitra Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi, pemohon kredit akan diberikan surat keterangan keringanan bunga. Dari seluruh jumlah beban bunga yang diberikan bank kepada pemohon kredit, Pemerintah Daerah akan menanggung 25 persen dari anggaran Pemerintah Daerah. Bantuan ini adalah salah satu bentuk komitmen pemerintah mensukseskan OVOP sebagai instrumen kemandirian masyarakat lokal secara ekonomi.

Komitmen bantuan permodalan juga dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi melalui dana bergulir. Dana ini berasal dari pemerintah propinsi yang dikelola oleh pemerintah daerah dan lembaga keuangan bank. Bantuan dari pemerintah pusat seperti Dana Amanah Pemberdayaan Masyarakat (DAPM) juga dimanfaatkan untuk menunjang implementasi OVOP di Kabupaten Ngawi.

### **Pemetaan Komoditas Unggulan di Kabupaten Ngawi**

Perkembangan Kabupaten Ngawi dalam satu dasawarsa terakhir tidak dapat dilepaskan dari peran kepemimpinan Bupati Budi Sulistyono dan Wakil Bupati Ony Anwar. Berbagai kebijakan yang dibuat oleh Bupati dan Wakil Bupati Ngawi, mampu mendayagunakan potensi daerah agar dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin. Selain menciptakan iklim investasi yang kondusif, Pemerintah Kabupaten Ngawi juga memaksimalkan peran serta masyarakat dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan. Komitmen pemerintah daerah ini dituangkan dalam langkah-langkah strategis untuk membangun ekonomi kerakyatan melalui upaya pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Perhatian utama pemerintah daerah setempat antara lain meningkatkan kualitas sumber daya manusia pelaku UMKM; Peningkatan akses permodalan UMKM; dan Pengembangan kemitraan dan pemasaran produk UMKM.

Pengembangan potensi daerah Kabupaten Ngawi juga tidak hanya terfokus kepada industri besar semata, seperti pengrajin *handicraft* kayu jati yang sudah menjadi *trademark* usaha di daerah ini. Sentra-sentra usaha kerakyatan juga didorong sebagai bagian pelaku kegiatan ekonomi sekaligus mitra strategis bagi pelaku usaha. Adapun potensi unggulan sentra usaha di Kabupaten Ngawi secara umum sebagai berikut.

**Tabel 1.** Daftar Sentra Kerajinan Kabupaten Ngawi

NO	Sentra Usaha	Desa
1.	<i>Craft and Furniture</i>	Kedungharjo, Kedunggalar, Banjarejo, Sidowayah
2.	Kain Batik	Karangasri, Munggut, Banyubiru
3.	Anayaman Plastik	Gempol, Sembung, Ringinanom
4.	Tahu Tempe	Karangasri, Prandon, Karangtengah
5.	Anyaman Bambu	Karangjati, Tawun, Gerih
6.	Buah Durian	Karanggupito, Jogorogo, mangkleng, Giriharjo
7.	Kripik Tempe	Karangasri, Prandon, Karangtengah, Grudo
Ket: Selain kerajinan diatas, Kabupaten Ngawi juga memiliki sentra kerajinan bata merah, emping melinjo, dan kue kering dan beberapa kerajinan lainnya.		

Sumber: Kantor Pelayanan Perijinan Terpadu Kabupaten Ngawi

Sesuai dengan Peraturan Menteri Perindustrian RI No. 78/M-IND/PER/9/2007 tentang Peningkatan Efektifitas Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk (*one village one product*) di Sentra, penguatan kapasitas industri kecil di Kabupaten Ngawi juga mengacu kepada konsep sentra. Pemilihan sentra kerajinan dilatarbelakangi dari kekhasan kegiatan industri di masing-masing desa atau kecamatan. Pada umumnya, kegiatan usaha yang telah berlangsung sejak lama dan turun menurun disuatu desa akan difokuskan menjadi sentra kerajinan tertentu.

### **Sentra *Craft and Furniture* sebagai Produk Unggul**

Dari banyaknya industri berbahan kayu yang ada di Kabupaten Ngawi, sentra kerajinan *craft and furniture* dari kayu jati menjadi sentra utama dan paling dikenal orang. Sejak tahun 1950-an, masyarakat Kabupaten Ngawi telah dikenal sebagai pengrajin *craft and furniture*, khususnya *craft and furniture* dengan kualitas *eksport* yang baik. Industri kerajinan *craft and furniture* secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal setempat. Kualitas *craft and furniture* yang sangat baik, juga diakui oleh beberapa produsen mebel kelas dunia. Garapan yang halus, artistik dan rapi, menjadi kekuatan produk *craft and furniture* Kabupaten Ngawi.

Selain sebagai pemasok produk *craft and furniture* untuk perusahaan luar negeri yang telah memiliki merek, beberapa pengrajin *craft and furniture* di Ngawi juga telah memiliki merk dagang sendiri untuk memasarkan kerajinannya. Proses *benchmarking* juga dilakukan oleh para pengrajin untuk memenuhi permintaan pelanggan. Para pengrajin tidak kesulitan dalam melakukan *benchmarking* karena telah memiliki pengalaman yang lama. Walaupun proses pengerjaan *craft and furniture* sebagian besar masih menggunakan tangan, hasil akhir produk yang

dihasilkan tidak kalah kualitasnya dengan *craft and furniture* buatan pabrik yang menggunakan alat modern. *Kliwon Furnicraft* merupakan salah satu pelaku usaha *craft and furniture* Kabupaten Ngawi yang berlokasi di Desa Sidowayah. Meskipun masih skala kecil dan tidak modern, namun selama 5 (lima) tahun terakhir ini sudah mengirimkan minimal 2 (dua) *Container* per bulannya ke Taiwan.

Peran Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi dalam mengembangkan industri *craft and furniture* sebenarnya sudah cukup baik. Dari pemerintah pusat sendiri, melalui Dirjen Industri Kecil Menengah, Departemen Perindustrian pernah membantu pengadaan 5 (lima) mesin *small automatic handicraft cutting and engraving* melalui Pemerintah Kabupaten Ngawi. Bantuan dari Pemerintah Kabupaten Ngawi sendiri, terfokus kepada tiga hal yaitu: peningkatan kualitas SDM para pengrajin sentra, peningkatan akses modal, dan pengembangan kemitraan dan pemasaran produk *craft and furniture*.

Bantuan peningkatan kualitas SDM para pengrajin dilakukan berupa pemberian bimbingan dan pelatihan dari Universitas Muhammadiyah Kudus juga pernah diberikan kepada para pengrajin *craft and furniture*. Maksud dan tujuan dari kegiatan tersebut ialah dalam rangka menambah wawasan dan mendidik pengrajin agar produktif dan banyak kreasi yang menarik sehingga diharapkan usahanya bisa berkembang lebih baik, khususnya pada kerajinan *craft and furniture* modern.

Bantuan pemasaran produk yang dilakukan oleh Pemerintah daerah yaitu melalui keikutsertaan sentra-sentra produksi Ngawi dalam berbagai pameran. Pameran yang diikuti bukan hanya dalam lingkup regional, melainkan tingkat nasional bahkan internasional. Hasilnya cukup memuaskan dengan dikenalnya produk-produk khas Ngawi, baik oleh masyarakat luas maupun para produsen besar. Kemudian, dalam rangka memperluas pemasaran dan pengenalan produk kepada masyarakat, sebagian pengrajin *craft and furniture* juga sering mengikuti pameran. Tidak jarang penerimaan order datang saat pameran berlangsung. Bahkan, penerimaan *order* juga ada yang datang dari luar negeri seperti Italia, Jerman dan Taiwan. Selain memenuhi kebutuhan di pulau Jawa, produk *craft and furniture* Kabupaten Ngawi juga sudah merambah ke pelbagai pulau di Indonesia. Kalimantan, Nusa Tenggara, Bali, Sumatera, dan beberapa pulau lain sudah menjadi tujuan pemasaran. Permintaan pun kadangkala tidak dapat dipenuhi Karena keterbatasan kapasitas produksi.

Selain itu, dalam hal pemesanan produk *craft and furniture*, Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi juga telah mengusahakan jaringan pemasaran dan pendekatan dengan mitra potensial. Sejauh ini usaha pemasaran yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah kabupaten Ngawi ialah melalui pengembangan aplikasi “Ngawitekno” untuk mengangkat produk-produk UMKM Kabupaten Ngawi khususnya *craft and furniture* melalui *marketplace multivendor* bernama Ngawilaku. Menjamurnya aplikasi teknologi untuk pemasaran produk-produk kerajinan daerah melalui media internet turut mendorong Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi untuk memasarkan produk-produk unggulan hasil kegiatan UMKM masyarakat setempat. Ngawitekno yang diprakarsai oleh pemimpin daerah setempat merupakan media yang cukup efektif untuk memasarkan pelbagai macam produk secara global. Sistemnya dilakukan melalui penerapan toko online dimana calon pembeli dapat langsung memesan melalui media yang tersedia. Strategi pemasaran ini dapat mempromosikan produk-produk Ngawi secara lebih *up to date* kepada masyarakat luas. Media informasi ini membantu mempermudah konsumen untuk memilih, memesan, membeli dan menikmati layanan dengan mudah tanpa datang langsung ke tempat karena pesanan akan diantar langsung. Produk-produk yang dijualbelikan di dalam pasar virtual ini sebagian besar adalah hasil kegiatan OVOP yang dilakukan oleh masyarakat lokal setempat.

Pembuatan dan pengelolaan Ngawitekno ini juga dilaksanakan oleh putra-putra daerah setempat. Dengan pelbagai bekal pendidikan yang sudah mereka dapatkan diluar Kabupaten Ngawi, pemerintah daerah berinisiatif memanfaatkan kemampuan serta ide kreatif generasi muda Ngawi untuk berkontribusi memajukan produk-produk lokal melalui internet. Proses *benchmarking* juga dilakukan oleh para pemuda lokal dalam merancang dan mengintegrasikan konsep yang mereka kembangkan dengan kearifan lokal.

Ngawitekno tidak hanya difungsikan sebagai media pembantu transaksi jual beli semata. Media ini oleh Pemda setempat juga dijadikan *supplier* produk UMKM setempat, serta memberikan informasi peluang-peluang usaha bagi UMKM dan para calon investor yang akan menanamkan modalnya. Pemetaan informasi OVOP untuk setiap desa dipetakan dengan cukup baik sehingga membantu pengakses website untuk mendapatkan informasi produk. Operator Ngawitekno juga memanfaatkan

media ini untuk menawarkan jasa-jasa yang terkait dengan dunia internet dan publikasi produk yang baik.

### **Pendirian Pusat Perbelanjaan Kerajinan Kayu sebagai Sentra *Craft and Furniture* Unggulan**

Pemasaran merupakan salah satu mata rantai yang sangat menentukan keberhasilan promosi dan penjualan suatu produk. Maka dari itu, upaya peningkatan produksi harus diimbangi dengan strategi pemasaran produk yang baik pula. Sebagai daerah yang cukup berhasil dalam mengembangkan produk lokalnya, Ngawi memiliki beberapa strategi yang cukup efektif dalam mempromosikan sekaligus memasarkan produk-produk unggulannya.

Kabupaten Ngawi juga dikenal sebagai surga kayu Jati. Julukan ini tidak lepas dari banyaknya industri pengolahan produk *craft and furniture* yang berdiri di kabupaten Ngawi. Dengan difasilitasi oleh Pemda setempat, pengrajin dan masyarakat akhirnya membentuk *home industry* berbentuk “Pusat Perbelanjaan Kerajinan Kayu”. Hal ini bertujuan untuk menyediakan area khusus yang berfungsi untuk menyalurkan hasil produksi dalam segi promosi dan jual beli dibidang kerajinan kayu. Masing-masing pengrajin *craft and furniture* diberbagai wilayah Kabupaten Ngawi dapat mengirimkan atau menempatkan hasil produk *craft and furniture* nya di Pusat Perbelanjaan Kerajinan Kayu tersebut. Hal ini, diharapkan dengan penyatuan industri kerajinan kayu yang ada di Kabupaten Ngawi, dan juga dapat mempopulerkan produk kerajinan kayu khas Ngawi, selain itu juga diharapkan dapat menjadi objek wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan. Sehingga hubungan ekosistem alam dengan manusia terjaga dengan pemanfaatan keaslian produk kerajinan yang terbuat dari bahan kayu alam.

### **Dampak Penerapan OVOP di Kabupaten Ngawi**

Pelaksanaan OVOP sebagai instrumen pemberdayaan sekaligus kesejahteraan masyarakat memang secara tidak langsung terlihat di Kabupaten Ngawi. Walaupun gradasi penghasilannya berbeda satu dengan yang lain, pelaksanaan penerapan OVOP mampu memberikan ruang bagi masyarakat untuk berkreasi serta mendapatkan keuntungan dari segi materi. Penyerapan tenaga kerja juga tidak hanya terfragmentasi kepada pelaksanaan OVOP unggulan disamping *craft and furniture*. Sentra unggulan lainnya seperti tempe kripi, batik dan kerajinan bambu dan platik juga memberikan kontribusi penyerapan tenaga kerja lokal.

Menurunnya pengangguran dan naiknya pendapatan masyarakat setempat secara tidak langsung juga ikut mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat di Kabupaten Ngawi. Peningkatan kesadaran dari aspek pendidikan dan kesehatan.

Pelaksanaan OVOP juga memberikan dampak positif dalam memunculkan kreativitas warga lokal untuk mengembangkan bahan baku kayu yang ada disekitar lingkungan warga. Salah satu wujud keberhasilan warga dalam memanfaatkan potensi daerahnya adalah terciptanya “Lantai Kayu”. Inovasi lantai kayu telah mendapat pengakuan dari pemerintah pusat melalui pemberian gelar juara nasional bagi Kabupaten Ngawi dalam lomba ketahanan kreativitas olahan limbah kayu. Hal ini tidak lepas dari perubahan budaya masyarakat lokal untuk mandiri dan menciptakan berbagai inovasi produk yang bercirikan lokal. Saat ini kegiatan industri lantai kayu dibawah bimbingan Istri Bupati Ngawi dan dipusatkan di desa Banjarejo. *Value edit* tercipta dari pengembangan lantai kayu karena masyarakat juga mendapatkan keuntungan secara materi.

Pelaksanaan OVOP di Kabupaten Ngawi juga memberikan dampak bagi pemerintah daerah dan pelaku usaha dalam menginvestasikan dananya. Dengan terpetakannya potensi produk di setiap desa akan memudahkan Pemda setempat untuk melakukan intervensi kebijakan pembangunan daerah. Selama ini peta intervensi kebijakan yang dilakukan Pemda terfokus kepada tiga hal, yaitu penguatan sumber daya pengrajin OVOP, kemudahan akses modal, dan Kemudahan promosi dan pengenalan produk usaha. *Linkage* pelaksanaan OVOP dengan deregulasi pelayanan perijinan usaha di Kabupaten Ngawi memang memang menjadi salah satu daya tarik utama bagi para calon investor untuk menanamkan modalnya. Hal ini, tidak lepas dari terbentuknya peta komoditas unggulan Kabupaten Ngawi yang dipublikasikan melalui media kegiatan pameran produk, website Ngawitekno, serta pertukaran informasi dari mulut ke mulut oleh para pelaku usaha dalam pertemuan formal dan informal.

## **KESIMPULAN**

Keberhasilan Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi dalam memaksimalkan perannya dalam pengembangan OVOP sebagai strategi pembangunan daerah di Kabupaten Ngawi, telah mampu menciptakan kemandirian serta peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Keberhasilan ini, tidak lepas dari perhatian utama pemerintah daerah dalam peningkatan kualitas sumberdaya manusia para

penguasaan dan pengrajin, meningkatkan akses permodalan dengan lembaga keuangan daerah, dan pengembangan kemitraan dan pemasaran produk UMKM.

Pengidentifikasian produk-produk unggulan di masing-masing desa di Kabupaten Ngawi, menjadi wahana informasi bagi para investor untuk berinvestasi. Dari banyaknya industri unggulan di Kabupaten Ngawi, kerajinan *craft and furniture* menjadi sentra utama dan paling dikenal banyak orang. Kerajinan *craft and furniture* dengan kualitas *eksport* yang baik, telah diakui oleh beberapa produsen mebel kelas dunia, dengan kesan garapan yang halus, artistik dan rapi, menjadi kekuatan produk *craft and furniture* Kabupaten Ngawi. Maka, tidak heran apabila Industri kerajinan *craft and furniture* menjadi produk unggulan dan secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal setempat.

Namun di sisi lain *value added* produk-produk OVOP di Kabupaten Ngawi saat ini, masih terkendala dengan hak paten dan merek produk. Akibatnya, para pengrajin *craft and furniture* lebih banyak menyetorkan hasil produksinya kepada para tengkulak atau pengumpul besar. Pemda harus mematenkan produk-produk OVOP yang sudah ada, baik dari sisi hak paten dan merek untuk menciptakan *value added* yang lebih besar. Selain itu, Pemerintah Daerah Kabupaten Ngawi dirasa masih perlu memaksimalkan peran aplikasi teknologi dalam mendukung publikasi dan penajakan dengan mitra strategis, sehingga mampu menciptakan eksistensi keberadaan para pengrajin *craft and furniture* di Kabupaten Ngawi dalam menghadapi persaingan antar daerah dan global.

## REFERENSI

- Akhmad Sajarwan dkk, 2009, *Studi Pengembangan Program Satu Desa Satu Produk (One Village One Product)*, Bulletin Litbang Bappeda Kota Palangkaraya, No 1, Tahun I.
- Alkadri et, al. 2019. *Tiga Pilar Pengembangan Wilayah*. Jakarta: BPPT.
- Gunawan, Diah Setyorini. 2008. *Identifikasi Pengembangan Wilayah Kabupaten-Kabupaten Anggota Lembaga Regional BARLINGMASCAKEB*. Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan Volume 9, Nomor 1, April 2008: 26 – 43.
- Dipta, I Wayan, 2009, *Membangun Ekonomi Rakyat A La Oita*, Media Indonesia: Jakarta.
- Sugiyono, 2005, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Susilo, Kasru. 2001. *Kebijaksanaan Pengembangan Wilayah Di Masa Yang Akan Datang Dan Implikasinya Terhadap Kebutuhan Analisis Dengan*



*Memfaatkan Sistem Informasi Geografis.* Jakarta: Departemen Permukiman dan Pengembangan Wilayah.

Peraturan Menteri Perindustrian RI No. 78/M-IND/PER/9/2007 tentang *Peningkatan Efektifitas Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk (one village one product) di Sentra*

Peraturan Bupati Ngawi Nomor 6 Tahun 2020 tentang *Pengelolaan Keuangan Desa*