

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tidak dapat dipungkiri, Indonesia memiliki aneka ragam produk spesifik dan khas, potensi sumber daya alam yang melimpah, dan berbagai produk berbasis kekayaan budaya atau kearifan lokal. Kesemuanya itu apabila diolah dengan baik oleh para pelaku usaha IKM serta didukung oleh sumber daya manusia yang terampil maka potensi produk Indonesia akan mampu bersaing di pasar global. Pemerintah pun tidak tinggal diam. Salah satu kebijakan yang diambil yaitu melalui penerapan Program *One Village One Product* (OVOP). Sakdiyah (2015) mengatakan, penerapan program tersebut dimaksudkan untuk membantu pemerintah dalam pemerataan usaha di setiap daerah sehingga tidak bergantung pada pusat.

Menurut Claymone (2011), OVOP merupakan pendekatan khusus untuk pembangunan komunitas pedesaan dimana kreativitas komunitas lokal dan potensi yang ada menjadi pelatuknya, melalui kepemimpinan lokal yang efektif dan pembangunan sumber daya manusia, dan mengacu pada revitalisasi komunitas melalui pengembangan produk-produk unik yang memiliki daya tarik yang kuat di pasar. Fitriati (2015) berpendapat, OVOP merupakan salah satu model pembangunan yang mempertimbangkan keragaman kondisi dan pelaku usaha. Menurutnyanya pula, OVOP adalah model pembangunan berdasarkan potensi kompetensi inti daerah.

Pemerintah sendiri sebagai pencetus kebijakan memiliki pemahaman yang sama secara substantif mengenai OVOP. Dalam Pidato Sambutan Menteri Perindustrian Pada Acara Penghargaan Piagam OVOP di Jakarta, 22 Desember 2015, dikatakan bahwa Program OVOP merupakan gerakan ekonomi bersifat kebijakan *bottom-up* yaitu masyarakat setiap daerah mengolah potensi alam yang dimiliki menjadi produk yang spesifik dan khas dan selanjutnya di pasarkan baik di daerah lokal sendiri, maupun tujuan ekspor. Melalui program OVOP, para pelaku IKM dituntut untuk lebih kreatif, inovatif, dan tekun dalam mengolah potensi sumber daya daerah, sehingga produk-produk dari daerah masing-masing yang dihasilkan dapat menjadi produk satu-satunya daerah tersebut (*Only One*) atau menjadi produk nomor satu (*Number One*).

Itikad baik pemerintah terhadap komitmen pengembangan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan potensi yang ada patut diapresiasi positif. Dengan terbitnya Inpres Nomor 6 Tahun 2007 Tentang 'Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)', pemerintah bertujuan mendorong efektivitas pengembangan OVOP. Konsekuensinya, semua Kementerian, Gubernur dan Bupati/Walikota diharapkan berkoodinasi dan secara bersama mensukseskan Gerakan OVOP. Bahkan di tahun yang sama dengan diterbitkannya Inpres tersebut, Kementerian Perindustrian mencanangkan Program Pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM). Implementasinya dituangkan dalam Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 78/MIND/PER/9/2007 tentang

‘Peningkatan Efektifitas Pengembangan IKM melalui *One Village One Product* (OVOP)’.

OVOP sendiri pada awalnya dirintis oleh Morihiko Hiramatsu yang saat itu menjabat sebagai Gubernur Oita, Jepang tepatnya pada tahun 1979. Diantara produk yang berhasil dikembangkan dengan pendekatan OVOP di Oita *Prefecture* adalah Jamur Shitake, Jeruk Kabasu, Green House Mikan, *Beef*, Aji, dan *Barley* (Shochu). Khusus untuk Jamur Shitake, penerapan Konsep OVOP telah memperlihatkan hasil gemilang. Dipta (2011) mengemukakan bahwa gerakan OVOP berhasil meningkatkan pendapatan petani setempat dengan kenaikan harga Jamur Shitake.

Di Oyama, daerah termiskin di Oita Prefecture, kepemilikan tanah petani rata-rata hanya 0,4 ha. Akan tetapi, terdapat banyak pohon besar di Oyama yang berpotensi untuk membudidayakan jamur Shitake. Hasil kajian Jamur Shitake bermanfaat untuk penyembuhan kanker dan penurunan kolesterol. Shitake dikembangkan oleh tenaga ahli dari Perguruan Tinggi setempat, dan diperkenalkan kepada masyarakat di Oyama. Pada awalnya tingkat resistensi masyarakat tinggi, hanya 2-3 orang saja yang berpartisipasi. Dengan ada sentuhan teknologi, packaging, dan promosi pmda melalui media massa, permintaan pasar meningkat dan fanastisme konsumen meningkat. Pada tahun 2009 harga jamur shitake kering US \$ 280/kg, bandingkan dengan harga mobil Toyota hanya US \$ 19/kg. Terjadi peningkatan *value added* yang sangat tajam. Hal ini tentunya meningkatkan pendapatan para petani secara signifikan. Pada tahun 2001, Jamur Shitake ini

menguasai 28 % pangsa pasar domestik. Fitriati (2015) bahkan menandakan, OVOP membuka lapangan pekerjaan bagi penduduk lokal dan menghidupkan kembali gairah ekonomi.

Oleh karena '*sukses story*'-nya, OVOP kemudian diadopsi dan diduplikasi oleh negara-negara lain. Tercatat pada tahun 2007 sudah ada 51 negara yang mengadopsi OVOP. Diantaranya merupakan negara-negara berkembang seperti Malaysia, Filipina, Indonesia, Kamboja, Vietnam, Thailand, negara-negara di Asia Selatan, Afrika, Eropa Timur, dan Amerika Selatan. Menariknya, OVOP bahkan dikenal dengan nama yang lain, meskipun tidak selalu demikian. Sebagai contoh, di Filipina OVOP dikenal dengan *One Barangay One Product* (OBOP) dan *One Region One Vision* (OROV). Di Thailand, OVOP dikenal dengan *One Tambon One Product* (OTOP). Istilah '*Tambon*' dalam Bahasa Thailand mengacu pada lingkup wilayah terkecil. Kendati memiliki sebutan berbeda, esensinya tetap sama sebagaimana Konsep OVOP di negara asalnya, Jepang.

Penerapan Program OVOP di berbagai negara berkembang tersebut cenderung memperlihatkan hasil yang beragam. Di Thailand misalnya, meskipun terbilang berhasil seperti di Jepang, namun ditengarai masih dibayangi sejumlah ironi. Hal tersebut menurut Claymone (2011) tidak lepas dari pengaruh tiga faktor penting yaitu: konsentrasi pasar global, reliabilitas pemerintah, dan minimnya pengetahuan yang sesuai. Terlepas dari itu semua, Patrisina *et al.* (2011) menyatakan bahwa keberhasilan dan kekurangan pelaksanaan program OVOP, OTOP, dan sebagainya dapat dipelajari sebagai

bahan yang sangat berharga untuk mengadaptasi atau menciptakan program sejenis di Indonesia.

Cahyani (2013), mengungkapkan bahwa melaksanakan program OVOP di Indonesia sebagai salah satu upaya untuk memajukan potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di daerah, difokuskan hanya pada pengrajin dan pengusaha pada suatu daerah. Sedangkan menurut Junaidi (2011), pendekatan OVOP di Indonesia tidak jauh berbeda dengan apa yang telah dilakukan di Jepang dan Thailand. Implementasi OVOP di Indonesia mengikuti suatu konsep program membangun suatu regional, mungkin bisa tingkat desa, kecamatan, kota dan selanjutnya memilih satu produk utama yang dihasilkan dari kreativitas masyarakat desa. Pendekatan OVOP juga menggunakan sumberdaya lokal, memiliki kearifan lokal dan bernilai tambah tinggi. Produk-produk yang dipilih menjadi Gerakan OVOP tidak hanya dalam bentuk *tangible product*, tetapi juga dalam wujud *intangible product*, misalnya produk-produk budaya dan kesenian khas daerah yang memiliki nilai jual tinggi secara global.

Pandangan tersebut diperkuat oleh Huseini (2011) dalam Fitriani (2015) yang mengatakan bahwa daerah dikembangkan berdasarkan kompetensi intinya, bukan berdasarkan produk andalan ekspor yang selama ini dilakukan. Pemikiran ini didasarkan atas kondisi sumber daya alam yang berbeda-beda di tiap-tiap daerah. Ada daerah yang memiliki keunggulan sumber daya alam sementara daerah yang lain tidak. Begitu pula, ada daerah

yang ternyata mempunyai potensi sumber daya *tangible* dan *intangible* yang berakar pada proses pembelajaran kolektif.

Dari sekian banyak potensi yang ada di berbagai daerah di Indonesia, salah satunya adalah potensi kerajinan gerabah. Salah satu daerah yang berhasil dalam pengembangan dan pemasaran produk ini yaitu Kasongan. Berada di wilayah Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, Kasongan sebenarnya adalah nama sebuah kampung di Dusun Kajen, Desa Bangunjiwo, Kecamatan Kasihan. Nama Kasongan, dalam bentangan sejarah dari mulai terbentuknya hingga sekarang, seakan tidak pernah lepas dari aktivitas pembuatan kerajinan gerabah. Gustami (2014) mengemukakan bahwa pada mulanya Wilayah Kasongan yang tandus dikembangkan oleh Kyai Guru Abdulraup, seorang ulama sekaligus prajurit Pangeran Diponegoro, menjadi daerah para kundhi (perajin) yang membuat benda pecah belah dari bahan tanah liat dengan pembakaran suhu rendah yang hasilnya disebut gerabah. Sekarang, ketika nama Kasongan disebut, persepsi kebanyakan orang niscaya akan mengarah pada kerajinan gerabah.

Sebetulnya ada satu aspek yang tidak boleh luput dalam memahami OVOP secara utuh, yaitu aspek penguatan komunitas. Sumodiningrat dan Wulandari (2015) menjelaskan bahwa Konsep OVOP sejalan dengan pemikiran luhur “Crah Agawe Bubrah, Rukun Agawe Santosa” yang menekankan pada kerukunan sebagai salah satu sumber kekuatan dan kebaikan. Dalam hal ini, kerukunan antar sesama warga memungkinkan terciptanya usaha bersama di lingkup desa, dimana satu sama lain saling

menopang dan mendukung sehingga usaha tersebut dapat berkembang. Atas dasar pemikiran tersebut, penelitian ini juga hendak memastikan bahwa penerapan Program OVOP di Sentra Kerajinan Gerabah tentu tidak dapat luput dari nilai-nilai kearifan lokal setempat, mengingat Kasongan memiliki latar sejarah masa lalu yang panjang dan kental dengan nuansa adat budaya Jawa. Gustami (2014) mengatakan, kondisi lingkungan alam dan sosial masyarakat Kasongan yang tenang, tetapi dinamis, turut menciptakan kedamaian dan kerukunan di antara warga kampung. Kondisi alam dan lingkungan sosial kemasyarakatan hingga kini masih terjaga dengan baik, tanpa menafikan adanya niat kompetitif di kalangan mereka, didukung pembangunan infrastruktur yang memadai.

Sebagai sebuah daerah, Kasongan mempunyai potensi sumber daya *tangible* dan *intangible* yang berakar pada proses pembelajaran kolektif, selain ditunjang sumber daya alam sekitar yang mendukung untuk usaha kerajinan gerabah. Tidak mengherankan bila Kasongan merupakan salah satu kawasan percontohan Program *One Village One Product* (OVOP) yang digadang oleh Kementerian Negara Koperasi dan UKM sejak tahun 2008. Tidak hanya itu, Kementerian Perindustrian melalui Direktorat Jendral Industri Kecil Menengah (IKM) menjadikan Sentra Kerajinan Gerabah Kasongan sebagai salah satu sentra binaan OVOP (Tabel 1). Dalam hal penentuan daerah dapat menjadi sentra binaan OVOP, didasarkan pada pemenuhan kriteria sebagaimana yang terdapat dalam Buku Petunjuk Teknis Penilaian, Klasifikasi, dan Pembinaan Produk OVOP. Adapun produk

kerajinan yang dihasilkan oleh perajin gerabah di Kasongan sangat beragam mulai dari guci, peralatan memasak, patung, dan kerajinan lainnya. Produk-produk tersebut telah berhasil masuk dalam pasar internasional. Sebagian besar produknya sudah diekspor ke Amerika, Eropa dan Australia.

Tabel 1-1 Daftar Sentra Binaan OVOP

NO	LOKASI	KOMODITI	FOKUS
1	Ds. Sampalan dan Nusa Penida Kab. Klungkung Prov. Bali	Tenun	Peningkatan mutu, desain dan promosi/ pemasaran
2	Ds. Halaban Kec. Lareh Sago Kab. Limapuluhkota Prov. Sumbar	Tenun	Peningkatan mutu, desain dan promosi/ pemasaran
3	Kel. Tuan Kentang Kec. Seberang Ulu 1 Kota Palembang Prov. Sumsel	Tenun	Peningkatan mutu, desain dan promosi/ pemasaran
4	Ds. Klego Kec. Pekalongan Timur Ds. Medono Kec. Pekalongan Barat Kota Pekalongan Prov. Jateng	Tenun	Peningkatan mutu, desain dan promosi/ pemasaran
5	Ds. Muara Penimbang Kec. Indralaya Kab. Ogan Ilir Prov. Sumsel	Tenun	Peningk. kewirausahaan, mutu dan desain
6	Ds. Troso Kec. Pecangakan Kab. Jepara Prov. Jateng	Tenun	Peningk. kewirausahaan, mutu dan desain
7	Kab. Buleleng Prov. Bali	Tenun	Peningk. kewirausahaan, mutu dan desain
8	Kec. Ngadirojo Kab. Pacitan Prov. Jatim	Batik	Peningk. kewirausahaan, mutu dan desain

NO	LOKASI	KOMODITI	FOKUS
9	Ds. Pakumbulan Kec. Pekajangan Kab. Pekalongan Prov. Jateng	Anyaman Akarwangi	Peningkatan daya saing produk
10	Ds. Cepogo Kec. Cepogo Kab. Boyolali Prov. Jateng	Kerajinan Tembaga	Peningkatan daya saing produk
11	Ds. Rajapolah Kec. Rajapolah Kab. Tasikmalaya Prov. Jabar	Anyaman	Peningkatan daya saing produk
12	Kec. Plered Kab. Purwakarta Prov. Jabar	Gerabah / Keramik Hias	Peningkatan daya saing produk
13	Ds. Kasongan Kec. Kasihan Kab. Bantul Prov. D.I.Y	Gerabah / Keramik Hias	Peningkatan daya saing produk
14	Ds. Sentolo Kab. Kulonprogo Prov. D.I.Y	Anyaman	Peningkatan daya saing produk
15	Ds. Panglipuran Kab. Bangli Prov. Bali	Kerajinan Bambu	Peningkatan daya saing produk
16	Ds. Pejaten Kab. Tabanan Prov. Bali	Gerabah / Keramik Hias	Peningkatan daya saing produk
17	Ds. Banyumulek Kab. Lombok Barat Prov. NTB	Gerabah / Keramik Hias	Peningkatan daya saing produk
18	Kec. Praya Timur Kab. Lombok Tengah Prov. NTB	Anyaman Ketak	Peningkatan daya saing produk
19	Jakarta	Anyaman, Gerabah Kerajinan Tembaga	Peningkatan pemasaran
20	Jawa, Sumatera, Kalimantan, Bali, Nusa Tenggara	Kerajinan	Perluasan lokus OVOP

(Sumber: Ditjen IKM Kemenperin)

Pada tahun 2003, di wilayah Kasongan tercatat sebanyak 336 unit usaha yang melibatkan 1.662 tenaga kerja. Raharjo (2008) mengungkapkan bahwa pada tahun 2008, pasca-gempa bumi tahun 2006, jumlah perajin di Kasongan yang tersebar di Dusun Sentanan, Dusun Kalipucang, Dusun Tirto, Dusun Sembungan, dan Dusun Gedongan justru meningkat menjadi 421 unit usaha, yang masing-masing melibatkan tenaga kerja minimal 10 orang. Hal ini mengindikasikan adanya pengaruh dari penerapan Program OVOP.

Akan tetapi dari www.okezone.com (2011) diperoleh informasi bahwa ketika krisis ekonomi global pada tahun 2009 mencuat, jumlah permintaan akan kerajinan gerabah juga turut terkena imbasnya. Omset yang dapat diraih oleh pengusaha menurun drastis sekitar 40-60% dari sebelumnya. Dengan penurunan jumlah permintaan tersebut, tidak sedikit perajin yang kehilangan pekerjaannya. Hingga empat tahun setelah krisis global itu memuncak (2013), belum terlihat perubahan yang signifikan pada kehidupan masyarakat Kasongan. Jumlah permintaan yang tak kunjung naik dan kualitas kehidupan pengrajin yang masih cukup memprihatinkan. Dari survei acak, masih banyak pengrajin yang mendapatkan penghasilan Rp 20.000,00 (dua puluh ribu rupiah) per harinya. Tentu saja penghasilan ini tidak akan mampu mencukupi kebutuhan sebuah keluarga. Kondisi demikian tentu kurang sejalan dengan maksud dan tujuan OVOP dalam kaitannya dengan peningkatan taraf perekonomian.

Selain itu, menurut Fatimah (2016), masalah yang dihadapi oleh para pengrajin gerabah yaitu sulitnya mendapatkan bahan baku untuk pembuatan

gerabah. Hal ini berimbas pada modal yang dikeluarkan pengrajin cukup banyak hanya untuk membeli bahan baku (tanah liat). Harga tanah liat per *colt*-nya adalah Rp 450.000,00 (UPT Pengembangan Keramik Kasongan). Bukan hanya itu, musim juga menjadi hambatan dalam proses produksi gerabah. Pada saat musim penghujan proses pengeringan gerabah memerlukan waktu yang lebih lama daripada saat musim kemarau. Ironisnya lagi, proses pembuatan gerabah yang masih tradisional, termasuk peralatan yang digunakan, juga menjadi hambatan. Tak pelak produk gerabah Kasongan dirasa masih kurang inovatif sehingga dikhawatirkan tidak mampu bersaing di pasaran.

Akan tetapi, tampaknya juga terlalu gegabah apabila mengklaim bahwa OVOP telah gagal di Kasongan. Sebetulnya banyak aspek yang menjadi parameter dalam melihat berhasil tidaknya program OVOP. Pada kasus penerapan Program OVOP di Kasongan, peneliti memandang perlu adanya evaluasi komprehensif yang bersifat akademis. Bagaimanapun juga, OVOP (di daerah asalnya) telah menunjukkan contoh nyata keberhasilan ekonomi sebuah daerah yang minim sumber daya alamnya. Kondisi yang nisbi berbeda dengan Kasongan jika ditilik dari sudut pandang kesejarahan. Kasongan telah lebih dulu berkembang melalui rentetan waktu yang panjang, bahkan sebelum program OVOP diterapkan. Oleh sebab itu, fenomena penerapan program program OVOP di Kasongan menarik untuk diteliti. Terlepas dari berhasil atau tidaknya program tersebut, peneliti berpikir bahwa OVOP merupakan konsep yang ideal untuk memberdayakan usaha kerajinan di Indonesia.

Hanya saja perlu dirumuskan model penerapan OVOP yang sesuai dengan kondisi yang ada sehingga dapat diterapkan dengan lebih efektif dan efisien lagi di kemudian hari. Terlebih lagi, produk kerajinan memiliki nilai ekonomi yang bisa menopang pendapatan masyarakat dan daerah.

1.2 Perumusan Masalah

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengevaluasi satu variabel, yaitu yaitu implementasi Program *One Village One Product* (OVOP) untuk pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM) Gerabah di Kasongan. Fokus penelitian ini adalah menganalisis sub-variabel pada implementasi *One Village One Product* (OVOP) untuk pengembangan IKM Gerabah di Kasongan.

Program OVOP di Indonesia mengadopsi OVOP dari Jepang yang telah menunjukkan keberhasilannya. OVOP di Jepang sendiri merupakan gerakan berkelanjutan yang berlangsung dalam rentang waktu yang lama. Bukan sebagai program yang bersifat sementara. Karakternya pun lebih bersifat bottom-up. Berbeda halnya dengan Program OVOP di Indonesia yang terkesan sebagai sebuah proyek dari Pemerintah Pusat yang bersifat top-down. Program OVOP di Indonesia disinyalir baru dimulai tahun 2008-an. Dalam prosesnya, program ini terkesan berhenti di tengah jalan. Tak terkecuali Program OVOP yang diimplementasikan di Kasongan.

Dipilihnya Kasongan sebagai penerima Program OVOP juga berkebalikan dengan dipilihnya Oyama pada OVOP di Jepang. Kasongan

sebagai daerah penghasil gerabah memiliki sejarah panjang hingga bisa seperti sekarang. Berawal dari hanya membuat barang-barang gerabah untuk peralatan sehari-hari, Kasongan berkembang menjadi pusat penghasil gerabah bernilai seni tinggi (produk gerabah Kasongan sering diistilahkan sebagai keramik hias).

Kembali pada implementasi Program OVOP di Kasongan, program ini berkaitan dengan pengembangan IKM. Dalam konteks yang lebih luas, Program OVOP hanyalah satu dari sekian banyak upaya untuk pengembangan IKM. Sehingga, kontribusinya juga harus dilihat secara terbatas.

Meskipun penerapan OVOP di Kasongan mendapatkan apresiasi positif dari dunia Internasional, yang ditandai dengan raihan penghargaan pada OVOP AWARDS 2011, namun menurut hemat peneliti, penerapan OVOP di Kasongan harus dievaluasi melalui prosedur ilmiah akademik. Hal ini penting untuk dilakukan, sebab selain untuk perbaikan di masa mendatang, dengan mengevaluasi penerapan OVOP di Kasongan, selanjutnya dapat dirumuskan model penerapan OVOP bagi daerah lain dengan produk kerajinan sejenis. Selain itu, terkait dengan inisiasinya di Indonesia, Program OVOP merupakan produk kebijakan pemerintah. Dengan demikian, evaluasi menjadi bagian yang melekat dan berkelanjutan dalam proses program pemerintah yang bersifat *top-down*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka pertanyaan penelitian yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh implementasi Program *One Village One Product* (OVOP) dalam pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM) Gerabah di Kasongan setelah berakhirnya program ditinjau dari prinsip dasar OVOP?
2. Apakah implementasi *One Village One Product* (OVOP) dalam pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM) Gerabah di Kasongan sudah efektif dan efisien ditinjau dari aspek pencapaian tujuan, integrasi, dan adaptasi?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis implementasi *One Village One Product* (OVOP) untuk pengembangan IKM Gerabah di Kasongan.
2. Mengevaluasi implementasi Program *One Village One Product* (OVOP) untuk pengembangan IKM Gerabah di Kasongan berdasarkan konsep implementasi program yang efektif dan efisien ditinjau dari prinsip *Local Yet Global, Self-Reliance and Creativity*, dan *Human Resource Development*.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis/ Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian pengembangan industri kreatif, khususnya Industri Kecil Menengah (IKM) bidang kerajinan, yaitu dengan Program *One Village One Product* (OVOP) berdasarkan implementasi Program OVOP dalam pengembangan IKM Gerabah di Kasongan.

b. Manfaat Praktis

- Untuk Desa Kasongan

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan evaluasi penerapan *Program One Village One Product* (OVOP) untuk pemberdayaan gerabah Kasongan sehingga memungkinkan adanya solusi dan tindak lanjut bagi peningkatan dan pemantapan atas penerapan *Program One Village One Product* (OVOP) di Sentra Kerajinan Gerabah Kasongan.

- Untuk Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan Pemerintah (diantaranya : Pemerintah Daerah, Instansi Terkait, dan Kementerian/ Lembaga Terkait) dalam mengevaluasi penerapan *Program One Village One Product* (OVOP) untuk pengembangan ekonomi masyarakat sehingga nantinya akan muncul kebijakan-kebijakan yang kontekstual terkait dengan prosedur dan teknik dalam penerapan *Program One Village One Product* (OVOP) di masing-masing daerah.