

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia saat ini sedang diguncang berbagai masalah diantaranya permasalahan sosial, politik, HAM, budaya ditambah dengan kelesuan ekonomi global yang semakin rumit, dan ini menjadi perhatian serius semua bangsa di dunia termasuk negara-negara di kawasan ASEAN. Krisis yang dialami negara Amerika dan penurunan pertumbuhan Cina pun turut memperkeruh suasana perekonomian global. Indonesia yang juga terkena dampak dari permasalahan ini ikut tarombang ambing dengan ketidakpastian ekonomi global yang tidak kunjung membaik. Dengan semakin melemahnya nilai tukar rupiah menjadi salah satu bukti rapuhnya perekonomian kita saat ini. Rupiah kini telah menulis sejarah baru dengan posisinya yang cukup meresahkan pelaku pasar, yakni berada di level 13.500 per dollar AS, level ini merupakan level terendah sejak tahun 1998 (Sukirno dalam *Bisnis.com* 05/08/2015).

Dengan keadaan tersebut tentunya mengakibatkan adanya perlambatan pertumbuhan ekonomi dunia, IMF meramalkan pertumbuhan ekonomi dunia tahun ini hanya 3,4% dan 3,6% pada tahun 2017 nanti (*Reuters* 20/01/2016). Dengan pertumbuhan dunia yang sedang lesu ini tentunya pembangunan di Indonesia pun ikut mengalami berbagai kendala, khususnya kendala permodalan.

Pada pelaksanaannya pembangunan sendiri masih berpusat di kota-kota besar. Belum adanya pemerataan pembangunan menjadi semakin nyata terlihat di negara Indonesia ini, kebijakan ekonomi yang cenderung kapitalistik, perputaran

uang yang kebanyakan berpusat di ibukota semakin mempersempit peluang daerah lainnya untuk berpacu selaras dengan kota-kota besar, akses yang kurang menjadi salah satu alasan sulitnya menciptakan pembangunan yang merata, dengan gemerlap ibukota atau kota-kota besar lainnya menjadi daya magnet bagi siapa saja yang ingin berkarir dan membangun kehidupan di kota dengan alasan adanya kemudahan baik segi fasilitas ataupun akses kerja dan yang lainnya. Sehingga pada akhirnya banyak orang dari daerah berbondong-bondong untuk mencari berbagai pekerjaan di kota demi kelangsungan hidupnya.

Disisi lain mayoritas penduduk Indonesia berada di daerah pedesaan dengan sebagian besar penduduk menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian, dimana penggunaan lahan di Indonesia sebagian besar diperuntukkan sebagai lahan pertanian (Husodo, 2004:23). Ini menjadi kontras ketika dibandingkan dengan keadaan tadi yang secara singkat bisa disimpulkan akan adanya suatu kondisi dimana orang-orang daerah atau pedesaan akan kehilangan para pemuda atau kalangan produktif lainnya dikarenakan banyaknya yang berpindah ke kota, yang pada akhirnya pembangunan daerah pun akan semakin tertinggal jauh dan pola pengembangan kawasan pertanian daerah pun semakin semakin ditinggalkan, yang pada akhirnya roda perekonomian di daerah (pedesaan) pun semakin sepi.

Maka dengan demikian kebijakan pembangunan yang paling tepat dilakukan yakni pembangunan pedesaan (*rural development*) atau berkaitan dengan pembangunan pertanian dan potensi-potensi kedaerahan. Kebijakan pertanian yang baik misalnya, akan membuat pengusaha dapat melihat ada

peluang untuk peningkatan produksi pertanian dan perluasan ekspor (Darwanto, 2002:1).

Setiap daerah, pada dasarnya mempunyai corak pertumbuhan ekonomi yang berbeda dengan daerah lain. Oleh sebab itu, perencanaan pembangunan ekonomi suatu daerah perlu mengenali karakter ekonomi, sosial dan fisik daerahnya, termasuk interaksinya dengan daerah lain. Hal ini, sesuai dengan dua prinsip dasar pengembangan ekonomi daerah yang perlu diperhatikan yakni (1) mengenali ekonomi wilayah dan (2) merumuskan manajemen pembangunan daerah yang pro-bisnis (Darwanto, 2002:1). Dalam hal ini pemerintah telah berusaha mendorong masyarakatnya untuk dapat berdaya saing dan mandiri, khususnya dalam peningkatan dan pemunculan produk-produk unggulan daerah, salah satunya melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang cenderung menggunakan modal besar (*capital intensive*).

Ditengah arus globalisasi dan tingginya persaingan, membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran yang sesuai dengan standar yang berlaku. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual produk UMKM tersebut, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia (Sudaryanto, *et al.* 2011:2).

Pada tahun 2011 UMKM mampu berandil besar terhadap penerimaan negara dengan menyumbang 61,9 persen pemasukan produk domestik bruto (PDB) melalui pembayaran pajak, yang diuraikan sebagai berikut: sektor usaha mikro menyumbang 36,28 persen PDB, sektor usaha kecil 10,9 persen, dan sektor usaha menengah 14,7 persen melalui pembayaran pajak. Sementara itu, sektor usaha besar hanya menyumbang 38,1 persen PDB melalui pembayaran pajak (BPS, 2011). Disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, SDM yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi (Sudaryanto dan Hanim, 2002:7).

Salah satu strategi pemerintah dalam mengatasi permasalahan tersebut yakni dengan melaksanakan program *One Village One Product (OVOP)*. Program ini merupakan salah satu cara pemunculan produk unggulan daerah yang memiliki potensi besar dalam upaya peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di daerah.

Hal tersebut juga didukung dengan adanya landasan hukum tentang berlakunya program atau gerakan OVOP khususnya Indonesia, diantaranya sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992, Tentang Perkoperasian. Dan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah.
2. Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2007 Tentang Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan

Menengah tanggal 8 Juni 2007 yang mengamanatkan pengembangan sentra melalui pendekatan *One Village One Product* (OVOP).

3. Keputusan Rapat Kerja Kementerian Koperasi dan UKM dengan Komisi VI DPR-RI tahun 2008 agar program OVOP dapat dikembangkan di Provinsi lain.
4. Telah diamanatkan dalam Program Kerja 100 hari Kabinet Indonesia Bersatu jilid II.
5. Telah ditetapkan tonggak pencapaian *key development milestone* untuk periode pertama Tahun 2010 – 2014 : 100 OVOP berhasil.
6. Arahan Menteri Negara Koperasi dan UKM dalam Rapat Pimpinan (Rapim) dan Rapat Koordinasi Nasional Tahun 2010.

Dengan adanya landasan tersebut, menjadi keseriusan pemerintah dalam melaksanakan dan menerapkan gerakan OVOP di Indonesia atau dikenal juga dengan istilah Gerakan Satu Desa Satu Produk. Setidaknya ada dua kementerian yang memberlakukan OVOP di Indonesia yakni: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dan Kementerian Perindustrian.

Secara singkat gerakan OVOP merupakan suatu gerakan atau semangat masyarakat mengembangkan potensi daerah melalui penciptaan dan pemunculan produk-produk unggulan secara mandiri. dengan tujuan untuk memberdayakan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah (pedesaan).

Konsep ini dirintis oleh Mr. Morihiko Hiramatsu yang pada saat itu menjabat sebagai Gubernur Oita-Jepang, tepatnya pada tahun 1980 sebagai misinya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Gerakan tersebut menjadi

titik tolak bangkitnya perekonomian warga Oita dalam mengembangkan produk unggulannya, sehingga Oita yang tadinya menduduki peringkat daerah termiskin di Negeri Matahari Terbit itu menjadi daerah terkaya ketiga di Jepang.

Hal inilah yang memacu daerah-daerah lain di kawasan Afrika, Eropa Timur, Amerika Selatan dan Asia Tenggara termasuk Indonesia yang memiliki peluang dan potensi besar dalam pengembangan produk-produk unggulan daerah yang khas, serta mencerminkan keunikan suatu daerah atau desa.

Di Indonesia setidaknya terdapat sekitar 74.000 desa yang memiliki keunikan atau ciri khas. Dimana mayoritas atau sekitar 65% penduduknya masih tergolong miskin, berpendapatan rendah. Dan mayoritas desa-desa tersebut eksis disektor pertanian atau agrikultur. Dengan kultur tersebut, sangat potensial dikembangkan program OVOP. (Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah)

Gerakan ini diposisikan sebagai program pengembangan komoditas unggulan daerah untuk memasuki pasar dalam negeri dan pasar luar negeri (ekspor). Secara umum ada 3 prinsip gerakan OVOP, yakni (1) lokal tapi global, (2) kemandirian dan kreativitas, (3) pengembangan sumber daya manusia (SDM). Target perkembangan OVOP untuk meningkatkan, mengembangkan, dan mempromosikan satu produk yang dapat membuat masyarakat bangga.

Melalui gerakan OVOP ada lima poin penting bagi setiap negara, masing-masing berkontribusi membangun pedesaan dalam hal pengentasan kemiskinan, mempromosikan produk spesifik daerah, berkontribusi mengekspor dan

diversifikasi, membantu mengurangi kesenjangan gender, dan bisa mengatasi masalah pengangguran kaum muda di pedesaan.

Pada tahun 2008, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah mulai melaksanakan dan menerapkan gerakan OVOP di berbagai koperasi, salah satu percontohnya diterapkan di Koperasi Mitra Tani Parahyangan (KMTP) dengan fokus pengembangan usaha Agribisnis Hortikultura (komoditas sayuran) dengan produk unggulan Tomat Super. Koperasi ini berada di Desa Tegallega, Kecamatan Warungkondang Kabupaten Cianjur.

Koperasi yang terbentuk pada tahun 2000 ini telah berhasil menembus pasar swalayan dan diklaim sebagai koperasi yang berhasil melaksanakan *trading* dengan 94 outlet di 8 (delapan) pasar swalayan, seperti Giant Supermarket, Lion Superindo, Bellfood, Alfamidi, dan sejumlah outlet lainnya (Blue Print, 2010:33). Inilah yang membuat koperasi Mitra Tani Parahyangan dipercaya untuk melaksanakan program percontohan *One Village One Product* (OVOP) binaan Kementerian Koperasi dan UKM yang menunjukkan keberhasilan.

Saat ini koperasi Mitra Tani sedang mengembangkan produk unggulan baru yakni komoditas pangan dengan varietas beras pandanwangi khas Cianjur, pola tanam yang digunakan melalui sistem domino (*domino system*) yaitu penanaman benih padi dengan menggunakan pola seperti domino.

Dengan demikian penulis menganggap bahwa dengan adanya gerakan OVOP ini menjadikan masyarakat lebih mandiri, inovatif dan mampu berdaya saing khususnya masyarakat daerah atau pedesaan. Salah satu yang menjadi pemicunya adalah masyarakat diberi kesadaran untuk terus mengembangkan

produk-produk unggulan daerah agar berdaya saing dan berseheingga mampu bermitra dengan *outlet-outlet* ternama di Indonesia.

Dengan adanya penerapan OVOP di KMT Parahyangan ini, masyarakat khususnya anggota tidak perlu lagi khawatir dengan harga dipasaran yang relatif tidak stabil, itu semua dikarenakan adanya standarisasi khusus yang diterapkan oleh KMT Parahyangan dalam mengeluarkan produk unggulannya mulai dari pembibitan yang baik dan pengelolaan yang disesuaikan dengan pasaran.

Hal tersebut juga menjadi gambaran positif sebagai proses persiapan menghadapi era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), dengan harapan bangsa Indonesia mampu menjadi tuan rumah di negerinya sendiri bukan menjadi pasar produk-produk luar, selebihnya produk-produk dalam negeri mampu bersaing dengan produk luar dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat diberbagai belahan dunia.

Tujuan lain dari produk OVOP ini yakni masyarakat merasa bangga dengan produk-produk daerah, yang secara tidak langsung akan mengakibatkan adanya kesadaran masyarakat akan potensi daerahnya dengan rasa tanggungjawab yang besar terhadap produk-produk yang mereka kembangkan, dan pemerintah pun memposisikan dirinya sebagai fasilitator pendukung keberhasilan produk unggulan tersebut. Masyarakat di daerah mampu menghasilkan produk unggulan yang kreatif dan inovatif dengan memaksimalkan potensi daerahnya sehingga masyarakat mampu menumbuhkan perekonomian di daerah dan meningkatkan kesejahteraannya dengan mandiri dan berdayaguna.

Dari beberapa uraian diatas penulis merasa tertarik dan ingin melakukan penelitian di Koperasi Mitra Tani Parahyangan mengenai strategi pembangunan masyarakat daerah atau pedesaan melalui gerakan *One Village On Product*, khususnya berkaitan dengan pengembangan produk unggulan daerah, yang bertujuan untuk memperbaiki dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah. Yang penulis tuangkan dalam Judul: **POLA PEMBANGUNAN MASYARAKAT DAERAH MELALUI GERAKAN *ONE VILLAGE ONE PRODUCT (OVOP)*** (Studi Kasus di Koperasi Mitra Tani Parahyangan di Desa Tegallega Kec. Warungkondang Kab. Cianjur - Jawa Barat)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana gerakan OVOP di Koperasi Mitra Tani Parahyangan menjadi pola pembangunan masyarakat di daerah?
2. Bagaimana pelaksanaan dan koordinasi kelembagaan dalam penerapan gerakan OVOP di Koperasi Mitra Tani Parahyangan ?
3. Bagaimana pola pengembangan dan distribusi produk unggulan yang ada di Koperasi Mitra Tani Parahyangan?

C. Tujuan Penelitian

Dari identifikasi masalah yang dirumuskan di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui gerakan OVOP dapat menjadi pola pembangunan masyarakat di daerah.

2. Untuk mengetahui pelaksanaan dan kelembagaan dalam penerapan gerakan OVOP di Koperasi Mitra Tani Parahyangan.
3. Untuk mengetahui pola pengembangan dan distribusi produk unggulan yang ada di Koperasi Mitra Tani Parahyangan

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoretis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bagian dari pengetahuan ilmiah sebagai model pembangunan ekonomi masyarakat daerah (pedesaan), memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan teori-teori dan pola-pola tertentu dalam memberdayakan ekonomi masyarakat daerah dengan konsep pemunculan produk unggulan daerah yang lokal tapi global, kemandirian dan kreativitas serta pengembangan sumber daya manusia.
2. Kegunaan Praktis, penelitian ini diharapkan berguna bagi peningkatan dan pematapan penerapan gerakan *One Village One Product* (OVOP) di Indonesia, sebagai bahan evaluasi dalam pelaksanaanya khususnya bagi lembaga dan dinas terkait, dapat dijadikan bahan acuan untuk mewujudkan masyarakat yang berpartisipasi aktif dalam pembangunan daerah dengan semangat pemunculan produk-produk unggulan, sebagai upaya menghadapi era globalisasi dan era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) saat ini.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk mengetahui keaslian skripsi ini, perlu dilakukan peninjauan terhadap beberapa penelitian sebelumnya atau jurnal-jurnal hasil dari penelitian dan seminar. Beberapa penelitian tersebut diantaranya:

1. Rudy (2012), dalam jurnal ilmiah ini menjelaskan tentang bagaimana mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan *One Village One Product* (OVOP) untuk mengurangi kemiskinan di Indonesia. Berkembangnya UKM menghadapi beberapa masalah yaitu kurangnya modal, kesulitan dalam pemasaran, sederhana struktur organisasi dengan uraian tugas *unstandard*, rendahnya kualitas manajemen, sumber daya manusia yang terbatas, umumnya tidak memiliki akuntansi keuangan, hukum aspek legalitas, dan rendahnya kualitas teknologi. Unsur-unsur yang saling terkait di bawah pelaksanaan OVOP pada pengembangan UKM meminta kesediaan semua pihak terkait Triple Helix, dari Akademisi, Pengusaha, dan pemerintah. Itu langkah OVOP bekerja untuk aplikasinya mencakup pemilihan produk tertentu lokal adalah identifikasi kekuatan produk dan kendala terkait untuk meningkatkan saing untuk pasar lokal dan global, penerapan pengembangan produk (pengolahan dan pemasaran) untuk nilai tambah dan peningkatan pendapatan.
2. Memi (2013), fokus skripsi ini menganalisis implementasi kelayakan dan keberlangsungan OVOP di Bintan yang kaitannya terhadap pengembangan rosella sebagai produk unggulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan program OVOP di Kabupaten Bintan kurang maksimal, ditinjau

dari faktor komunikasi, sasaran kebijakan, keberadaan petunjuk teknis, petunjuk pelaksanaan dan koordinasi dengan bagian terkait dan pelaksanaan kebijakan pengembangan koperasi secara umum sudah cukup baik. Namun untuk kondisi sumberdaya masih lemah terutama dilihat dari kualitas SDM, sumberdaya *financial* maupun sarana dan prasarana, ditambah belum tersedianya SOP. Untuk aspek disposisi secara umum menunjukkan kondisi yang cukup baik, terutama dilihat dari dukungan, komitmen dan transparansi. Sedangkan untuk dimensi struktur birokrasi sudah cukup baik, terutama dilihat dari ketersediaan pola-pola hubungan antar bagian dari masing-masing pelaksanaan kebijakan pengembangan OVOP.

3. Titik (2012), Skripsi ini membahas tentang aspek kelembagaan koperasi Mitra Tani Parahyangan dalam melaksanakan program *One Village One Product* (OVOP) yang dibina oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Tujuan dari skripsi ini adalah untuk menggambarkan kelembagaan koperasi yang terpilih sebagai pelaksanaan program OVOP dengan melihat aspek kultural dan aspek struktural sebagai acuan analisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek kultural dan aspek struktural koperasi ada dalam kategori buruk, sehingga dapat dinyatakan bahwa Mitra Tani Parahyangan memiliki kelembagaan yang buruk dalam melaksanakan program OVOP.

F. Kerangka Pemikiran

Pada dasarnya pemerintah berkewajiban untuk menjadikan masyarakatnya sejahtera, melalui perbaikan-perbaikan kehidupan, pelatihan-pelatihan untuk

terciptanya kemandirian di masyarakat sehingga terhindar dari kemiskinan dan ketertinggalan peradaban. Untuk mencapai hal itu pemerintah mempunyai berbagai upaya-upaya yang berkaitan dengan proses pembangunan, baik secara lokal ataupun nasional. Namun, dalam kenyataannya terdapat banyak hambatan mulai dari keterbatasan dana pembangunan, banyaknya program yang bersifat momentum atau tidak adanya keberlanjutan, hingga banyaknya penyelewengan anggaran negara.

Istilah “pembangunan” yang biasa digunakan dalam bahasa Indonesia, dewasa ini telah berkembang sebagai terjemahan dari beragam istilah asing, sehingga terkadang mengandung kerancuan pengertian. Pembangunan, dalam kehidupan sehari-hari, dapat digunakan sebagai terjemahan atau padanan istilah *development, growth and change, moderization*, atau bahkan *progress* (Raharjo dalam Theresia *et. al*, 2014:1). Selain itu juga pembangunan mencakup banyak makna, seperti makna ekonomi, politik maupun sosial dan kebudayaan.

Mengenai definisi tentang istilah pembangunan itu sendiri, Riyadi (1981) mengungkapkan adanya beragam rumusan yang dikemukakan oleh banyak pihak, namun kesemuanya itu mengarah kepada ke suatu kesepakatan bahwa:

Pembangunan adalah suatu usaha atau proses perubahan, demi tercapainya tingkat kesejahteraan atau mutu-mutu suatu masyarakat dan individu-individu di dalamnya yang berkehendak dan melaksanakan pembangunan tersebut.

Menurut Gunar Mrdal (Theresia *et. al*, 2014: 13) mengemukakan bahwa pembangunan terjadi karena beberapa kondisi ekonomi yang mencakup: a) hasil

dan pendapatan; b) tingkat produktivitas; c) tingkat kehidupan; d) sikap dan pranata; dan e) rasionalitas.

Secara teoritis, strategi pengembangan ekonomi daerah melibatkan berbagai pemahaman mendasar tentang potensi dan peluang daerah dan berhubungan dengan peningkatan kapasitas para aparat daerah, wakil rakyat, pengusaha, dan warga daerah secara umum. Potensi *leadership* para pemimpin daerah dan kemampuan manajerial seorang pemimpin di birokrasi, parlemen, dan dunia usaha di daerah sampai pada kesiapan para *stakeholders* melaksanakan pembangunan daerah menjadi faktor dominan dalam kinerja pengembangan ekonomi daerah, khususnya pengurangan angka kemiskinan (Muafi *et al.*, 2009). Pembangunan seperti ini didasari oleh besarnya keinginan daerah dalam berupaya peningkatan pembangunan daerah dengan memanfaatkan potensi daerah semaksimal mungkin, serta dalam rangka mendukung pelaksanaan Inpres No. 6 tahun 2007 tentang Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan UMKM, dan juga Inpres No. 5 tahun 2008 tentang Fokus Program Ekonomi Tahun 2008-2009.

Menurut Pasaribu *et al.* (2011:1), mata rantai pembangunan daerah biasanya dimulai dengan adanya kebutuhan, ketersediaan sumber daya, dan keahlian yang didukung oleh kemampuan manajemen di daerah. Sementara perencanaan, pelaksanaan, serta monitoring dan evaluasi dipandang sebagai bagian lain yang menyatu dalam mata rantai pembangunan itu sendiri. Pola pembangunan seperti ini merupakan siklus arah program yang terintegrasi dan terancang untuk menghasilkan suatu tujuan dan sasaran tertentu. Dalam konteks

pembangunan, suatu rancangan pengembangan memerlukan data informasi, dan pengetahuan awal untuk menghasilkan rencana program yang baik dan tepat sasaran.

Pendekatan alternatif terhadap teori pembangunan daerah telah dirumuskan untuk kepentingan perencanaan pembangunan ekonomi daerah. Pendekatan ini merupakan sistesis dan perumusan kembali konsep-konsep yang telah ada. Pendekatan ini memberikan dasar bagi kerangka pikir dan rencana tindakan yang akan diambil dalam konteks pembangunan ekonomi daerah. Paradigma baru teori pembangunan ekonomi daerah ditunjukkan pada Tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1
PARADIGMA BARU TEORI PEMBANGUNAN EKONOMI DAERAH

Komponen	Konsep Lama	Konsep Baru
Kesempatan Kerja	Semakin banyak perusahaan- semakin banyak peluang kerja	Perusahaan harus mengembang-kan pekerjaan yang sesuai dengan kondisi penduduk daerah
Basis Pembangunan	Pengembangan sektor ekonomi	Pengembangan lembaga-lembaga ekonomi baru
Aset-aset Lokasi	Keunggulan Komparatif didasarkan pada aset fisik	Keunggulan kompetitif didasarkan pada kualitas lingkungan
Sumberdaya Pengetahuan	Ketersediaan angkatan kerja	Pengetahuan sebagai pembangkit ekonomi

Sumber: Arsyad (2010:378)

Program *One Village One Program* (OVOP) atau satu desa satu produk adalah pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah untuk menghasilkan satu produk kelas dunia yang khas, berkualitas baik dan memiliki nilai jual yang tinggi dengan memanfaatkan sumberdaya lokal. Satu desa sebagaimana dimaksud dapat diperluas menjadi kecamatan, kabupaten/kota,

maupun kesatuan wilayah lainnya sesuai dengan potensi dan skala usaha secara ekonomis. Gerakan OVOP pertama kali dicetuskan oleh Morihiko Hiramatsu saat menjabat sebagai Gubernur Prefektur Oita di timur laut Pulau Kyushu. Masa jabatannya di Oita selama 6 periode (1979-2003) digunakan untuk mengentaskan kemiskinan warganya dengan menerapkan konsepsi pembangunan wilayah yang disebut dengan gerakan OVOP (Badrudin, 2012:13).

Latar belakang munculnya gerakan OVOP serta konsep dasarnya dapat diuraikan dalam tiga hal, yaitu:

1. Adanya konsentrasi dan kepadatan populasi di perkotaan sebagai akibat pola urbanisasi dan menimbulkan menurunnya populasi penduduk di pedesaan, sehingga pedesaan menjadi kehilangan penggerak dan gairah untuk bisa menumbuhkan roda kegiatan ekonomi.
2. Untuk dapat menghidupkan kembali gerakan pertumbuhan ekonomi pedesaan, maka perlu dibangkitkan suatu roda kegiatan ekonomi yang sesuai dengan skala dan ukuran pedesaan dengan cara memanfaatkan potensi dan kemampuan yang ada di desa tersebut serta melibatkan para tokoh masyarakat setempat.
3. Untuk mengurangi rasa ketergantungan masyarakat desa yang terlalu tinggi terhadap pemerintah daerah maupun pemerintah pusat, maka perlu diciptakan inisiatif dan semangat membangun dalam masyarakat desa, sehingga timbul rasa memiliki dan ingin membangun desa menjadi lebih baik.

Ada tiga prinsip utama penerapan Program OVOP di Indonesia, yakni : **Pertama**, Produksi lokal di pasar global (*local yet global*) dengan maksud

memanfaatkan potensi sumber daya lokal yang ada untuk menghasilkan produk tertentu yang mampu mengglobal, merevitalisasi sumber daya potensial dengan memadukan antara potensi, kearifan dan budaya lokal yang bernilai tambah tinggi sesuai dengan standar pasar internasional. Dengan kata lain produk OVOP dapat dipasarkan secara internasional, namun tetap disukai di pasar lokal.

Kedua, Kemandirian dan Kreativitas (*Self Reliance and Creativity*).

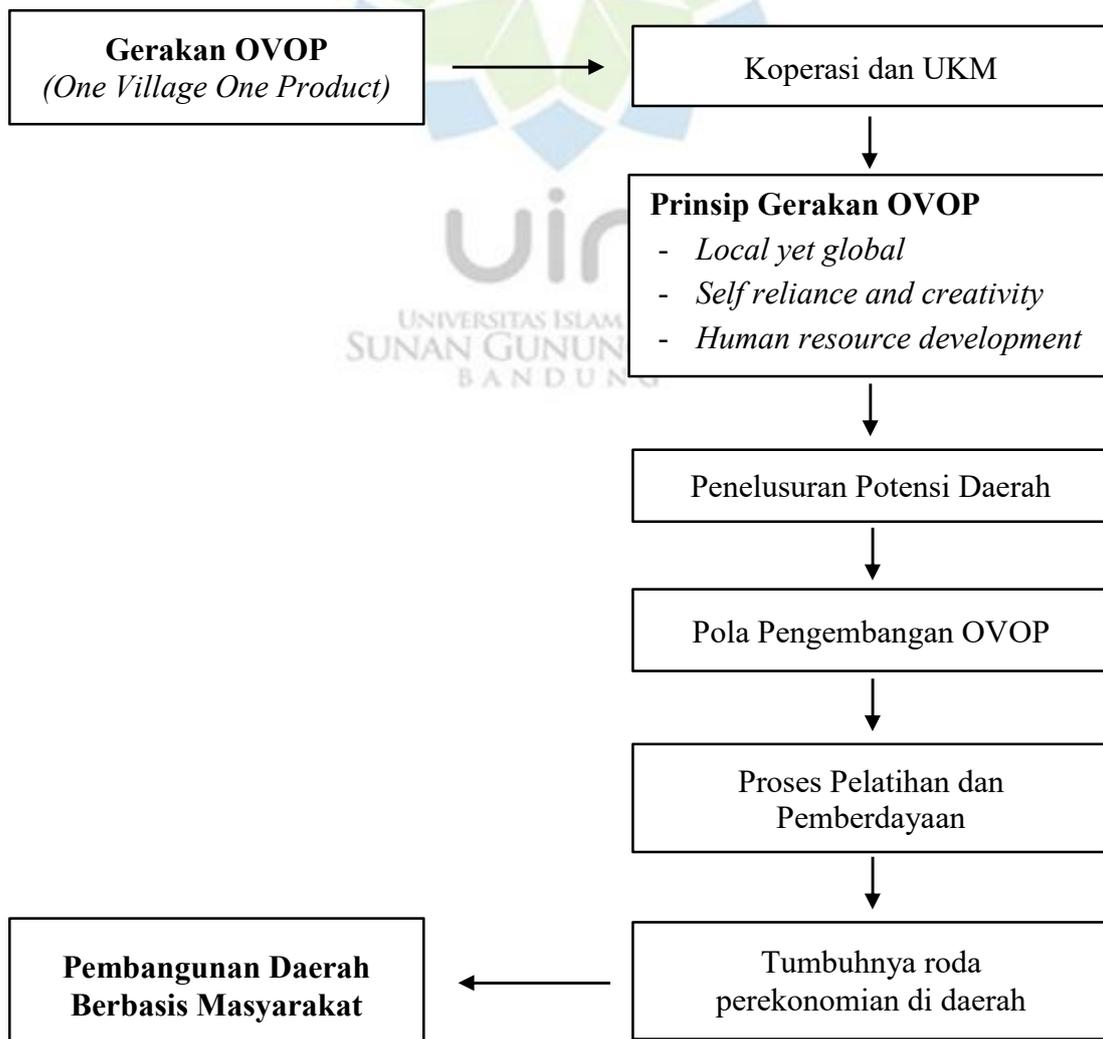
Memaksimalkan kemampuan masyarakat sendiri dalam gerakan OVOP. Usaha yang dilakukan secara mandiri melalui kreativitas, inovasi, ketekunan dan potensi sumber daya yang ada dengan mengandalkan pengetahuan masyarakat itu sendiri. Masyarakatlah yang menentukan produk mana yang akan dikembangkan dan memiliki kekhasan atau keunikan disuatu daerah tertentu. Pemerintah memberikan dukungan dan fasilitas serta kemudahan agar potensi dapat berkembang dengan baik, termasuk mediasi, pedoman teknis cara memproduksi yang baik dan mampu mengembangkan produk menjadi lebih menarik melalui standarisasi dan akses pemasaran.

Ketiga, Berorientasi pada pengembangan Sumber Daya Manusia (*Human Resource Development*) artinya pengembangan SDM dilakukan agar menjadikan motivasi tinggi untuk mentransformasikan tantangan menjadi peluang di berbagai bidang dan sektor (pertanian, perindustrian, perdagangan, pariwisata, serta bidang-bidang lainnya yang potensial di daerah-daerah) SDM yang matang akan selalu menemukan inovasi serta ketekunan yang tidak pernah putus asa karena kegagalan dengan semangat siap menghadapi tantangan (Pasaribu, 2012:4-5).

Dari beberapa uraian diatas, tentulah dengan adanya strategi baru dalam membangun dan memberdayakan masyarakat dengan model OVOP akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dalam hal ini kaitannya dengan kasus yang ada di lokasi penelitian (Koperasi Mitra Tani Parahyangan), penulis melihat adanya hubungan yang kuat antara gerakan OVOP dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat sebagai upaya pembangunan masyarakat berbasis kedaerahan. Dengan penjelasan kerangka pikir dalam skema berikut:

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pikir Model Pembangunan Masyarakat Daerah melalui Gerakan OVOP



G. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Mitra Tani Parahyangan tepatnya Desa Tegalega Kecamatan Warungkondang Kabupaten Cianjur. Penelitian dilaksanakan di daerah tersebut dengan pertimbangan: *Pertama*, adanya permasalahan yang mungkin untuk diteliti; *Kedua*, merupakan salah satu daerah penghasil dan pembibitan Agribisnis Hortikultura (sayuran) terbaik di Jawa Barat; *Ketiga*, salah satu *pilot project* penerapan gerakan OVOP di Jawa Barat.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiono, 2012:2). Metode yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dapat diartikan sebagai metode penelitian naturalistik karena pada proses penelitiannya digunakan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*), metode ini juga berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang sering disebut sebagai paradigma interpretif dan konstruktif, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu hal yang holistik atau utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan gejala bersifat interaktif (Sugiono, 2012:8)

Metode tersebut dipilih karena adanya kesesuaian antara metode tersebut dengan penelitian penulis mengenai gerakan OVOP yang merupakan aktivitas sosial yang dikaitkan pada pembangunan masyarakat lokal atau daerah.

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan peneliti yakni dengan pendekatan studi kasus (*case study*), atau strategi penelitian dimana peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses atau sekelompok individu. Peneliti juga mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang ditentukan (Creswell, 2014:20).

Dalam hal ini akan dijelaskan kasus-kasus sebagaimana yang terjadi berdasarkan data yang telah terkumpul mengenai strategi dan pola yang digunakan oleh Koperasi Mitra Tani Parahyangan dalam mewujudkan masyarakat yang berdaya. Penekanan utama dari penelitian ini adalah strategi pembangunan masyarakat daerah melalui Gerakan *One Village One Product* (OVOP) yang dilaksanakan di Koperasi Mitra Tani Parahyangan.

Alasan lain digunakan metode ini didasarkan atas pertimbangan bahwa metode ini dinilai mampu mengungkap, menggali, dan menganalisa berbagai fenomena empirik yang terjadi di lapangan.

3. Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan untuk memecahkan permasalahan adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data spesifik yang diarahkan pada pendalaman tentang *Strategi Peningkatan Pembangunan Masyarakat Daerah Melalui Gerakan OVOP*. Data tersebut didapat melalui observasi dan wawancara dan dokumentasi. Data-data tentang masalah yang akan dibahas yaitu:

- a. Data tentang pola pengembangan dan distribusi produk unggulan yang ada di Koperasi Mitra Tani Parahyangan
- b. Data mengenai pengembangan dan distribusi produk unggulan daerah yang ada di Koperasi Mitra Tani Parahyangan
- c. Data tentang faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan gerakan OVOP di KMT Parahyangan yang menjadi model pembangunan masyarakat daerah (pedesaan)

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung dari wawancara langsung di Koperasi Mitra Tani Parahyangan dan instansi terkait pelaksanaan gerakan OVOP atau Dinas Koperasi dan UKM, serta pemerintahan daerah setempat.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder didapatkan dari buku, jurnal ilmiah, arsip, literatur, artikel dan berbagai sumber lainnya yang berhubungan dengan penerapan dan pelaksanaan OVOP di Indonesia dan di kawasan lainnya.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data yang

dianggap relevan untuk terlaksananya penelitian ini. Data penelitian ini dikumpulkan melalui cara-cara sebagai berikut :

a. Observasi

Cresswell (2014:267) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses penelitian yang secara langsung peneliti turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian.

Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan, merekam dan mencatat baik dengan cara terstruktur maupun semi struktur dengan mengajukan sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan penerapan OVOP di lokasi penelitian atau lingkungan Koperasi Mitra Tani Parahyangan. Peneliti juga melihat dan mengamati langsung proses panen, promosi, seleksi produk hingga distribusi produk di koperasi tersebut.

b. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan dalam makna dalam suatu topik. Wawancara sendiri dilakukan kepada orang-orang yang berkaitan langsung dengan penyelenggara program OVOP di koperasi tersebut. Seperti, ketua koperasi, pendiri dan penggagas produk, masyarakat yang terlibat langsung dari panen, sorting produk hingga distribusi produk. Juga wawancara dilakukan dengan instansi pelaksana OVOP di Cianjur, dalam hal ini wawancara dilaksanakan di Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Cianjur.

Jenis wawancara yang digunakan adalah menggunakan wawancara tak berstruktur (*unstructure interview*) yakni wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. (Sugiono, 2012 : 233).

c. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dengan membaca buku-buku, jurnal ilmiah dan majalah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, skripsi maupun tesis sebagai acuan penelitian terdahulu, dan dengan cara *browsing* di internet untuk mencari artikel-artikel serta jurnal-jurnal atau data-data yang dapat membantu hasil dari penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dipahami sehingga dapat ditarik kesimpulan. Analisis data dilakukan oleh penulis agar dapat menarik kesimpulan penelitian secara objektif, tepat dan benar sehingga hasil penelitian tersebut dapat dipergunakan sebagai acuan praktisi dalam proses pembangunan dan pemberdayaan masyarakat dan menunjang kepentingan akademik. Dalam hal ini peneliti menganalisis data dengan menggunakan analisis kualitatif dengan menggunakan tahapan sebagai berikut :

- a. Inventaris data, yaitu penggabungan seluruh data baik yang diperoleh dari lapangan maupun dari kepustakaan, yang ada hubungannya dengan judul yang akan penelitian bahas.
- b. Klarifikasi data, yaitu memilah dan memilih atau mengklarifikasikan data yang didapat dari hasil wawancara.
- c. *Display* data, yaitu runtutan data yang telah dikumpulkan dan diklasifikasikan untuk mempermudah penarikan kesimpulan dari data berupa tabel, lampiran, dan lain-lain.
- d. Interpretasi data, yakni menafsirkan dan menjelaskan data dengan kerangka pemikiran dan teori yang digunakan pada pembahasan dan menarik kesimpulan.

