

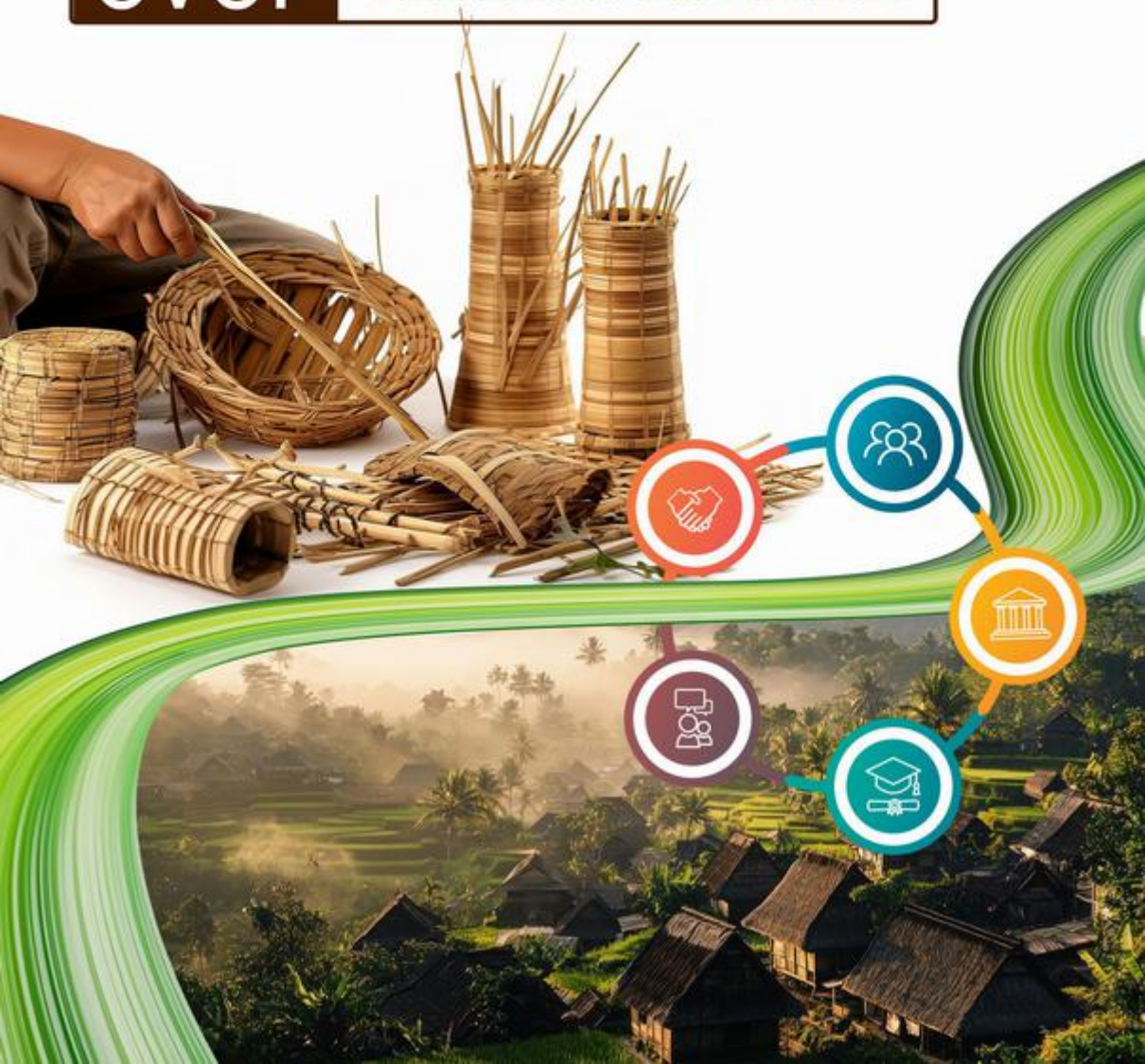
I Komang Arthana  
Ni Putu Nursiani  
Yonas Ferdinand Riwu  
Viktorianus Mahendra Da Lopez  
Juendiny Chrisna Ekasari



# ONE VILLAGE ONE PRODUCT

OVOP

Berbasis Kolaborasi Pentahelix



# ONE VILLAGE ONE PRODUCT

**OVOP**

Berbasis Kolaborasi Pentahelix

I Komang Arthana  
Ni Putu Nursiani  
Yonas Ferdinand Riwu  
Viktorianus Mahendra Da Lopez  
Juendiny Chrisna Ekasari

Editor: Ayuvera Rifani Ray



**NAFAL**  
Publishing

---

**ONE VILLAGE ONE PRODUCT (OVOP)  
BERBASIS KOLABORASI PENTAHHELIX**

---

Ditulis oleh:

**I Komang Arthana  
Ni Putu Nursiani  
Yonas Ferdinand Riwu  
Viktorianus Mahendra Da Lopez  
Juendiny Chrisna Ekasari**

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh

**Nafal Publishing**

**PT Nafal Global Nusantara**

Jl. Utama 1 Metro 34112

Telp: +62823-7716-1512, +62 858-0920-7521

Email: [nafalglobalnusantara@gmail.com](mailto:nafalglobalnusantara@gmail.com)

Anggota IKAPI No. 017/LPU/2024



---

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

---

Cetakan I, April 2026

Editor: Ayuvera Rifani Ray

Perancang Sampul: Adinda Tara Dhifania

Penata Letak: Adinda Tara Dhifania

**ISBN: 978-634-7669-08-7**

x + 216 hlm; 15,5x23 cm.

©April 2026



## Kata Pengantar

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya buku yang berjudul “One Village One Product (OVOP) Berbasis Kolaborasi Pentahelix” ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Buku ini hadir sebagai wujud kontribusi pemikiran dalam mendorong pengembangan potensi desa secara berkelanjutan melalui pendekatan kolaboratif yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan.

Konsep One Village One Product (OVOP) merupakan strategi pembangunan ekonomi lokal yang berfokus pada penguatan potensi unggulan desa berbasis sumber daya lokal, kearifan lokal, serta kreativitas masyarakat. Namun, dalam implementasinya, keberhasilan OVOP sangat ditentukan oleh sinergi dan kolaborasi lintas sektor. Oleh karena itu, pendekatan Pentahelix—yang melibatkan unsur pemerintah, akademisi, dunia usaha, komunitas, dan media—menjadi kerangka strategis dalam memperkuat daya saing produk desa di tingkat regional, nasional, hingga global.

Buku ini membahas OVOP dari berbagai sudut pandang, mulai dari kebijakan publik, pemberdayaan masyarakat, inovasi dan kewirausahaan, peran teknologi dan digitalisasi, hingga strategi pemasaran dan penguatan kelembagaan. Dengan pendekatan kolaboratif Pentahelix, buku ini diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai model pengembangan OVOP yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

Kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada seluruh penulis, kontributor, editor, serta pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan pemikiran dalam penyusunan buku ini. Kontribusi berbagai pihak tersebut menjadi kekuatan utama dalam menghadirkan karya yang diharapkan bermanfaat bagi pengambil kebijakan, akademisi, praktisi, pendamping desa, mahasiswa, serta masyarakat luas.

Kami menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan dan memerlukan penyempurnaan. Oleh karena itu, saran dan masukan yang konstruktif sangat kami harapkan demi perbaikan dan pengembangan kajian ke depan. Semoga buku ini dapat menjadi referensi yang inspiratif dan aplikatif dalam mendorong pembangunan desa berbasis potensi lokal melalui kolaborasi Pentahelix.

Akhir kata, semoga buku ini memberikan manfaat nyata dan menjadi bagian dari upaya bersama dalam mewujudkan desa yang mandiri, berdaya saing, dan sejahtera.

9 Desember 2026

Penulis



# Daftar Isi

Kata Pengantar ..... iii  
Daftar Isi ..... v

## BAB I

Pendahuluan ..... 1  
A. Latar Belakang: Potensi dan Tantangan Pengembangan Desa  
di Indonesia ..... 1  
B. Konsep One Village One Product (OVOP) dalam  
Pembangunan Ekonomi Lokal ..... 6  
C. Model Kolaborasi Pentahelix sebagai Pendekatan Inovatif ..... 9  
Daftar Pustaka ..... 13

## **BAB II**

Konsep One Village One Product (OVOP).....	15
A. Sejarah dan Filosofi OVOP dari Jepang ke Indonesia .....	15
B. Prinsip-Prinsip Dasar OVOP: Local Yet Global, Self-Reliance, Dan Human Resource Development .....	19
C. Keberhasilan Implementasi OVOP di Berbagai Negara .....	23
Daftar Pustaka.....	27

## **BAB III**

Model Kolaborasi Pentahelix.....	29
A. Konsep dan Elemen Pentahelix (Akademisi, Bisnis, Pemerintah, Komunitas, Media) .....	29
B. Sinergi Antar Elemen Pentahelix dalam Pengembangan Ekonomi Lokal.....	35
C. Studi Komparatif Implementasi Pentahelix di Berbagai Daerah .....	44
Daftar Pustaka.....	48

## **BAB IV**

Potensi Ekonomi Produk Unggulan Desa.....	49
A. Potensi Ekonomi Lokal.....	49
B. Analisis Kelayakan Ekonomi Produk Unggulan .....	63
C. Dampak Multiplier Ekonomi Pengembangan OVOP.....	67
D. Skala Ekonomi dan Efisiensi Produksi.....	72
E. Analisis Nilai Tambah dan Hilirisasi Produk.....	81
Daftar Pustaka.....	89

## **BAB V**

Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Pengembangan OVOP .....	91
A. Kapasitas dan Kompetensi Pelaku Usaha Desa .....	91
B. Strategi Pengembangan Kapasitas SDM Lokal .....	98
C. Sistem Insentif dan Motivasi bagi Pelaku OVOP .....	103
D. Kepemimpinan Lokal dalam Pengembangan OVOP.....	107
E. Tantangan dan Strategi Penanganan dalam Pengembangan SDM OVOP .....	111
Daftar Pustaka.....	114

## **BAB VI**

Manajemen Keuagandan Pembiayaan.....	115
A. Sumber Pembiayaan Usaha OVOP.....	115
B. Akses terhadap Lembaga Keuangan dan Permodalan .....	119
C. Manajemen Arus Kas dan Modal Kerja.....	122
D. Analisis Kelayakan Investasi Usaha OVOP .....	124
E. Skema Pembiayaan Inovatif untuk UMKM Desa .....	128
Daftar Pustaka.....	131

## **BAB VII**

Strategi Pemasaran dan Distribusi .....	133
A. Analisis Pasar dan Positioning Produk OVOP .....	133
B. Strategi Branding dan Differensiasi Produk OVOP.....	136
C. Saluran Distribusi Tradisional dan Modern.....	139
D. Pemanfaatan Teknologi Digital dan E-commerce .....	141
Daftar Pustaka.....	145

## **BAB VIII**

Kebijakan dan Regulasi Pendukung .....	149
A. Kerangka Hukum Pengembangan OVOP di Indonesia.....	149
B. Peran Pemerintah Daerah dalam Implementasi OVOP .....	152
C. Insentif Fiskal dan Non-Fiskal bagi Pelaku OVOP .....	155
D. Kebijakan Perlindungan dan Pengembangan Pasar Lokal .....	158
E. Koordinasi Kebijakan Antar Sektor dan Level Pemerintahan .....	161
Daftar Pustaka.....	164

## **BAB IX**

Inovasi dan Teknologi.....	167
A. Penerapan Teknologi Tepat Guna dalam Produksi.....	167
B. Inovasi Produk dan Pengemasan .....	170
C. Sistem Informasi dan Digitalisasi Usaha OVOP .....	172
D. Transfer Teknologi dan Alih Pengetahuan .....	175
E. Sustainable Technology dan Green Production .....	177
Daftar Pustaka.....	180

## **BAB X**

Strategi Implementasi dan Monitoring .....	183
A. Rencana Aksi Implementasi OVOP Berbasis Pentahelix.....	183
B. Mekanisme Koordinasi dan Komunikasi Multi-Pihak .....	186
C. Sistem Monitoring dan Evaluasi Berbasis Kinerja .....	188
D. Indikator Keberhasilan dan Dampak .....	190
E. Strategi Scaling Up dan Replikasi Keberhasilan .....	192
Daftar Pustaka.....	195

# BAB XI

Studi Kasus: Implementasi OVOP di Rote Ndao.....	197
A. Profil dan Potensi Ekonomi Kabupaten Rote Ndao.....	197
B. Pemetaan Produk Unggulan Berbasis Kelautan.....	200
C. Analisis Stakeholder dan Jejaring Kolaborasi.....	202
D. Proses Implementasi dan Adaptasi Model OVOP.....	205
E. Hambatan dan Tantangan yang Dihadapi.....	206
Daftar Pustaka.....	210
Profil Penulis .....	213





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang: Potensi dan Tantangan Pengembangan Desa di Indonesia

Pengembangan desa di Indonesia menyimpan potensi besar baik dari sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang khas di setiap wilayah. Untuk mengoptimalkan potensi ini, program One Village One Product (OVOP) diadopsi sebagai pendekatan strategis yang memfokuskan pada pengembangan produk unggulan berbasis kearifan lokal desa. OVOP bertujuan menjadikan setiap desa mampu menghasilkan produk unik dan berkualitas yang mampu bersaing hingga tingkat global sekaligus memberdayakan ekonomi lokal.

Namun, tantangan pengembangan desa tidak hanya pada pengelolaan sumber daya, tetapi juga terkait infrastruktur, akses pasar, teknologi, dan partisipasi masyarakat. Implementasi OVOP membawa harapan untuk



meningkatkan kesejahteraan desa dengan mendorong kemandirian ekonomi melalui potensi lokal sekaligus mengatasi kesenjangan ekonomi antara desa dan kota. Sinergi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta menjadi kunci keberhasilan pemberdayaan desa melalui OVOP

### 1. Teori dan Konsep Pembangunan Desa

Desa di Indonesia menempati posisi sentral sebagai tulang punggung pembangunan nasional, tidak hanya dalam aspek ekonomi, tetapi juga sosial, budaya, dan lingkungan (Triharini et al., 2014). Menurut perspektif pembangunan berkelanjutan, pendekatan bottom-up yang menekankan partisipasi aktif masyarakat menjadi kunci keberhasilan pembangunan desa (Scoones, 2009; Todaro, 2020). Model livelihood dan rural development berfokus pada diversifikasi ekonomi, perlindungan sumber daya, dan ketahanan sosial desa. Todaro (2020) menegaskan bahwa keberhasilan pembangunan desa bergantung pada integrasi ekonomi, akses permodalan, infrastruktur memadai, pemberdayaan sumber daya manusia, dan inovasi teknologi. Scoones (2009) menambahkan pentingnya resilience (ketahanan) desa menghadapi perubahan ekonomi, lingkungan, dan sosial yang terjadi secara global maupun domestik.

### 2. Statistik dan Distribusi Desa Indonesia

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2024, Indonesia memiliki 84.276 wilayah administrasi setingkat desa, yang terdiri dari 75.753 desa dan 8.486 kelurahan. Jumlah desa terbesar tercatat di Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Jawa Barat dengan karakteristik geografis, sumber daya, dan tantangan yang beragam. Pada tahun 2024, desa mandiri di Indonesia meningkat signifikan menjadi 17.203 desa, yang menunjukkan keberhasilan sebagian desa dalam memanfaatkan potensi dan sumber daya yang ada. Sementara distribusi desa menurut provinsi dan letak geografis sangat heterogen: dari desa pesisir, pegunungan, hutan, hingga kawasan transmigrasi. Selain itu, tingkat kemiskinan di desa masih lebih tinggi dibandingkan kota. Berdasarkan Statistik Indonesia (BPS, 2024), sekitar 12-15%



## BAB II

### KONSEP ONE VILLAGE ONE PRODUCT (OVOP)

#### A. Sejarah dan Filosofi OVOP dari Jepang ke Indonesia

Konsep One Village One Product (OVOP) pertama kali digagas oleh Prof. Morihiko Hiramatsu, Gubernur Prefektur Oita, Jepang pada tahun 1979. OVOP dirancang untuk membangkitkan kembali ekonomi desa di Prefektur Oita yang mengalami stagnasi pasca industrialisasi dengan mengembangkan produk unggulan daerah yang unik, memiliki nilai tambah tinggi, dan dapat bersaing di pasar global (OVOP Kemenperin, 2007; Hiramatsu, 1998, dalam Wikipedia, 2017).

Filosofi OVOP menekankan pentingnya pendekatan pembangunan yang bersifat bottom-up, dimana masyarakat desa diberdayakan untuk menjadi subjek aktif pengembangan potensi ekonomi lokal. OVOP menjadi



sebuah gerakan revitalisasi ekonomi regional yang memungkinkan desa mengandalkan sumber daya lokal dan kearifan budaya sebagai modal utama pembangunan (FE UST Jogja, 2014).

Seiring waktu, Indonesia mengadopsi pendekatan OVOP sejak tahun 2007-2008 sebagai bagian dari strategi pengembangan ekonomi berbasis desa dan pemberdayaan IKM/UMKM. Pemerintah melalui Kementerian Perindustrian menerapkan program pemberdayaan berbasis OVOP sekaligus regulasi terkait untuk meningkatkan produktivitas hingga daya saing produk lokal di pasar nasional dan global (Kemenperin, 2020).

Kerangka pengembangan pembahasan ini akan meliputi sejumlah aspek penting yang secara komprehensif membahas sejarah dan filosofi OVOP dari Jepang hingga pengadopsiannya di Indonesia, mencakup:

- Latar belakang historis dan konteks sosial ekonomi Jepang saat lahirnya OVOP.
- Filosofi dan prinsip pembangunan desa berbasis OVOP.
- Pengaruh konsep OVOP terhadap transformasi sosial ekonomi di Jepang.
- Proses transfer konsep OVOP ke Indonesia dan adaptasi serta modifikasi sesuai konteks lokal.
- Kebijakan dan program pemerintah Indonesia dalam mengimplementasikan OVOP.
- Tantangan dan peluang selama proses adopsi dan implementasi OVOP di Indonesia.

#### 1. Latar Belakang Historis dan Konteks Sosial Ekonomi Jepang saat Lahirnya OVOP

Pada akhir tahun 1970-an, Jepang, khususnya di daerah Prefektur Oita, mengalami pergeseran besar dalam struktur ekonomi. Industrialisasi telah menggeser pusat pertumbuhan ke kota-kota besar, yang menyebabkan desa-desa terpinggirkan, ketergantungan ekonomi menurun, dan muncul stagnasi ekonomi di pedesaan (Hiramatsu, 1998). Pemerintah daerah maupun masyarakat menghadapi tantangan untuk



# BAB III

## MODEL KOLABORASI PENTAHELIX

### A. Konsep dan Elemen Pentahelix (Akademisi, Bisnis, Pemerintah, Komunitas, Media)

Model pentahelix merupakan sebuah konsep inovasi dan kolaborasi multipihak yang melibatkan lima elemen utama dalam pembangunan sosial-ekonomi, yaitu akademisi, bisnis, pemerintah, komunitas, dan media. Konsep ini pertama kali muncul sebagai perkembangan dari teori triple helix yang diperkenalkan oleh Etzkowitz dan Leydesdorff (2000) yang hanya melibatkan tiga aktor utama: akademisi, industri, dan pemerintah sebagai pilar inovasi dalam pembangunan. Dalam perkembangannya, kompleksitas tantangan sosial dan ekonomi menuntut keterlibatan lebih luas sehingga komunitas dan media ditambahkan sebagai dua pilar penting dalam model pentahelix. Penambahan komunitas mengakomodasi aspek sosial dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan yang berkelanjutan,



sementara media memungkinkan komunikasi, informasi, dan promosi yang efektif dalam ekosistem inovasi modern (Muhyi et al., 2017; Sari & Santoso, 2020).

Model pentahelix menekankan sinergi antara kelima unsur tersebut yang tidak hanya sekadar saling berinteraksi secara berurutan, tapi berkolaborasi secara simultan dan sinergis untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya, memperkuat kapasitas inovasi, dan mempercepat pembangunan ekonomi lokal maupun nasional. Konsep ini mendukung penciptaan inovasi sosial-ekonomi yang inklusif serta adaptif terhadap perubahan global yang sangat cepat dan dinamis (Indrijatiningrum, 2025).

Dalam kerangka tersebut, akademisi berperan sebagai penghasil ilmu pengetahuan dan teknologi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan pasar. Bisnis sebagai motor produksi dan pemasaran berfokus pada inovasi produk serta ekspansi pasar. Pemerintah memegang peran regulasi, pendanaan, serta fasilitasi koordinasi antar elemen. Komunitas menjaga kelestarian budaya dan memberi masukan dalam pengembangan produk lokal, sedangkan media berfungsi memperkuat komunikasi dan branding produk secara luas (Rosyidah, 2024). Sebagai contoh, dalam implementasi yang berhasil, model ini menunjukkan bagaimana inovasi teknologi tepat guna yang dikembangkan akademisi dapat dengan cepat diadopsi oleh pelaku bisnis dan komunitas dengan pendampingan serta kebijakan pemerintah yang mendukung, sementara media memperluas jangkauan pemasaran hingga pasar internasional (Hasibuan, 2020).

Lebih luas lagi, model pentahelix mendukung pembangunan berkelanjutan melalui integrasi aspek ekonomi, sosial, dan budaya. Pendekatan ini mengatasi keterbatasan model triple helix yang lebih sempit, dengan menempatkan masyarakat dan komunikasi sebagai aspek sentral dalam inovasi yang responsif terhadap kebutuhan dan nilai-nilai lokal (Suryani & Wahyuni, 2022). Secara konseptual, pentahelix juga menekankan penghargaan terhadap kreativitas dan kontribusi dari berbagai kelompok masyarakat sipil sebagai sumber inovasi non-teknis yang esensial dalam pembangunan (FE UMT, 2019). Dengan demikian, pentahelix mengga-



# BAB V

## MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PENGEMBANGAN OVOP

### A. Kapasitas dan Kompetensi Pelaku Usaha Desa

1. Pengertian Kapasitas dan Kompetensi dalam Konteks OVOP  
Kapasitas dan kompetensi merupakan konsep yang sangat penting dalam pengembangan usaha desa, terutama dalam program One Village One Product (OVOP). Kapasitas merujuk pada kemampuan yang dimiliki sumber daya manusia untuk menjalankan tugas, tanggung jawab, dan proses produksi maupun pemasaran produk unggulan secara efektif (Kementerian Perindustrian, 2020). Kapasitas ini dapat diaplikasikan pada individu maupun kelompok usaha yang berperan



sebagai pelaku utama dalam menghasilkan produk desa yang berdaya saing, bernilai tambah, dan berkelas dunia.

Sementara itu, kompetensi adalah perpaduan antara pengetahuan, keterampilan praktis, dan sikap profesional. Kompetensi memungkinkan pelaku usaha tidak hanya bertahan dalam persaingan pasar yang semakin dinamis, tetapi juga berkembang dan memperluas usahanya. Faktor-faktor yang membentuk kompetensi meliputi penguasaan teknologi produksi, adaptasi terhadap perubahan pasar, inovasi produk, dan kemampuan menjalin jejaring sosial bisnis yang kuat (Santoso, 2018). Pemerintah, melalui program OVOP, menargetkan setiap desa dapat membangun kapasitas dan kompetensi optimal agar menghasilkan produk unggulan yang mampu bersaing di kancah global (Hermawan, 2023).

## 2. Dimensi Kapasitas Pelaku Usaha Desa

Dalam konteks OVOP, kapasitas pelaku usaha desa dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa dimensi utama yang perlu mendapat perhatian khusus, yakni:

### a. Kapasitas Teknis Produksi

Kapasitas ini menggambarkan kemampuan pelaku usaha dalam proses produksi untuk menghasilkan produk yang memenuhi standar mutu nasional maupun internasional. Penguasaan teknologi produksi, pengendalian mutu bahan baku lokal, dan penerapan proses produksi berkelanjutan menjadi aspek utama dalam kapasitas teknis. Contoh nyata pada usaha kerajinan tangan adalah penguasaan teknik inovatif, penggunaan alat produksi sederhana yang efisien, serta pengetahuan ketrampilan tradisional seperti membatik yang diwariskan secara turun-temurun (Santoso, 2018). Peningkatan kapasitas teknis ini memungkinkan produk unggulan desa tetap berkualitas tinggi sehingga memiliki daya saing yang lebih baik, sekaligus mendukung efisiensi dan pengurangan limbah produksi.



# BAB VI

## MANAJEMEN KEUANGANDAN PEMBIAYAAN

### A. Sumber Pembiayaan Usaha OVOP

1. Pengertian dan Pentingnya Pembiayaan dalam OVOP  
Pembiayaan merupakan salah satu pilar terpenting dalam keberlangsungan dan pengembangan program One Village One Product (OVOP). Program OVOP bertujuan memperkuat ekonomi desa melalui pengembangan produk unggulan yang memanfaatkan potensi lokal. Agar tujuan ini tercapai, pelaku usaha desa membutuhkan modal yang cukup untuk melakukan berbagai kegiatan usaha, seperti pembelian bahan baku, pengembangan produk, peralatan produksi, dan pemasaran (Kementerian Perindustrian RI, 2020). Tanpa akses ke sumber pembiayaan yang memadai, pelaku usaha akan kesulitan dalam mengembangkan kapasitas produksi, melakukan inovasi pro-



duk, dan memperluas penetrasi pasar. Kapasitas produksi terbatas otomatis membatasi daya saing produk di tingkat regional dan global. Oleh karena itu, penyediaan sumber pembiayaan yang mudah diakses dan terjangkau merupakan kunci keberhasilan program OVOP (Kementerian Perindustrian RI, 2020) Pembiayaan yang tepat tidak hanya merupakan modal awal tetapi juga mencakup pembiayaan berkelanjutan yang mendukung ekspansi usaha dan peningkatan produktivitas. Pada tahap awal, modal berfungsi untuk investasi dalam peralatan dan bahan baku. Selanjutnya, pembiayaan yang efektif juga mendukung pengelolaan arus kas dan modal kerja agar usaha dapat berjalan lancar dan berkembang.

## 2. Jenis-Jenis Sumber Pembiayaan untuk OVOP

Sumber pembiayaan bagi usaha OVOP dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori utama, yang masing-masing memiliki karakteristik, kelebihan, dan kelemahan tersendiri.

### a. Pembiayaan Internal (Self-Financing)

Pembiayaan internal berasal dari modal pribadi pelaku usaha atau dari sumber keluarga. Modal ini umumnya berupa tabungan pribadi, aset yang dimiliki seperti peralatan rumah tangga atau lahan, maupun keuntungan dari usaha yang sudah berjalan (Santoso, 2018). Meskipun pembiayaan internal memiliki keterbatasan jumlah, modal ini sering menjadi sumber utama modal awal karena kemudahannya tanpa prosedur rumit dan persyaratan administrasi. Modal internal memberikan fleksibilitas pelaku usaha dalam mengelola usahanya, tetapi modal yang tersedia biasanya terbatas sehingga kurang memadai untuk ekspansi usaha yang lebih besar (Santoso, 2018).

### b. Pembiayaan Bank dan Lembaga Keuangan Formal

Lembaga perbankan merupakan penyedia pembiayaan formal yang paling dominan dan memberikan produk pembiayaan yang beragam bagi pelaku OVOP, antara lain:



# BAB VII

## STRATEGI PEMASARAN DAN DISTRIBUSI

### A. Analisis Pasar dan Positioning Produk OVOP

One Village One Product (OVOP) adalah suatu konsep pengembangan produk unggulan berbasis potensi lokal desa yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat melalui pemberdayaan sumber daya lokal dan pengembangan produk yang memiliki nilai tambah (Sari et al., 2024). Analisis pasar dan positioning produk menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran OVOP agar produk dapat diterima dan bersaing efektif di pasar. Sub pokok pembahasan dalam bagian ini meliputi pemetaan kebutuhan pasar, segmentasi konsumen, analisis SWOT produk, strategi positioning, dan studi kasus keberhasilan produk OVOP.



## 1. Pemetaan Kebutuhan Pasar dan Segmentasi Konsumen OVOP

Pemetaan kebutuhan pasar adalah langkah awal yang penting dalam strategi pemasaran OVOP. Kebutuhan pasar harus diidentifikasi secara detail agar pengembangan produk dapat disesuaikan dengan keinginan dan ekspektasi konsumen. Proses ini melibatkan survei kebutuhan, pengumpulan data demografis, psikografis, dan perilaku konsumen (Kurniawan & Putri, 2023). Segmentasi pasar dilakukan dengan membagi pasar menjadi beberapa kelompok atau segmen berdasarkan karakteristik yang serupa, sehingga produk dapat ditargetkan secara lebih tepat. Menurut Prasetyo et al. (2025), segmentasi konsumen OVOP dapat dilakukan berdasarkan faktor demografis seperti usia, pendapatan, dan pendidikan; psikografis yang mencakup gaya hidup dan nilai-nilai; serta geografis yang terkait dengan lokasi dan budaya. Segmentasi ini memungkinkan pelaku usaha OVOP untuk membuat produk yang relevan dan strategi pemasaran yang lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun ekspor.

Contohnya, pengembangan produk kerajinan tenun di desa tertentu harus mempertimbangkan segmentasi pasar yang menghargai produk kerajinan eksklusif dan budaya lokal, sementara produk makanan olahan harus disesuaikan dengan segmentasi konsumen yang mengutamakan kualitas dan keamanan pangan (Wahyuni & Santoso, 2024).

## 2. Analisis SWOT Produk OVOP dalam Konteks Pasar Lokal dan Global

Analisis SWOT merupakan alat strategis untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dalam pengembangan produk OVOP (Sundari & Nugraha, 2025). Dalam konteks pasar lokal, kekuatan produk OVOP seringkali berkaitan dengan keunikan produk yang mengangkat kerajinan lokal, kualitas bahan baku yang alami, dan nilai budaya yang melekat. Namun, kelemahan mungkin terdapat pada keterbatasan akses modal, teknologi produksi, dan distribusi. Peluang di pasar lokal



# BAB VIII

## KEBIJAKAN DAN REGULASI PENDUKUNG

### A. Kerangka Hukum Pengembangan OVOP di Indonesia

Pengembangan One Village One Product (OVOP) di Indonesia menjadi bagian penting dalam mendorong pemberdayaan ekonomi lokal dan pengembangan produk unggulan desa. Untuk mewujudkan program ini secara efektif, kerangka hukum yang jelas dan komprehensif menjadi fondasi utama. Kerangka hukum ini tidak hanya berkaitan dengan regulasi teknis, tetapi juga mencakup aspek pemberdayaan komunitas desa, perlindungan hak kekayaan intelektual, pengawasan serta harmonisasi kebijakan pusat dan daerah.



## 1. Dasar Hukum Nasional Terkait Pengembangan Produk Unggulan Daerah

Dasar hukum menjadi acuan legitimasi bagi pengembangan OVOP yang mengintegrasikan berbagai aspek pengembangan desa, UMKM, dan perlindungan produk lokal. Beberapa regulasi nasional utama yang menjadi pijakan hukum antara lain:

- a. Undang-Undang No. 6 Tahun 2014 tentang Desa, yang mengatur pemberdayaan desa termasuk pengembangan potensi unggulan lokal melalui program seperti OVOP (Saputra & Hidayat, 2024). UU ini memberikan kewenangan bagi desa dalam perencanaan dan pelaksanaan pembangunan berbasis potensi lokal.
  - b. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mendukung pengembangan usaha kecil sebagai basis utama pelaku OVOP (Hartono & Wibowo, 2025).
  - c. Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2015 tentang Perlindungan Produk Lokal, yang melindungi dan mengatur promosi produk unggulan daerah melalui berbagai insentif (Santoso & Agus, 2024).
- ## 2. Peran Regulasi dalam Pemberdayaan Komunitas Desa dan UMKM
- Regulasi berfungsi sebagai instrumen strategis untuk memberdayakan komunitas desa dan UMKM dalam kerangka OVOP. Pemberdayaan ini mencakup akses permodalan, pengembangan kapasitas SDM, dan fasilitasi pemasaran (Handayani & Ramadhan, 2025).

Menurut Rahman dan Putri (2025), regulasi mengatur mekanisme pembentukan kelompok usaha berbasis desa yang dapat mengelola produk unggulan secara kolektif, sehingga memperkuat daya tawar dan solidaritas sosial. Regulasi juga memberikan pedoman pengelolaan dana desa yang dapat digunakan untuk pengembangan produk lokal secara efektif. Selain itu, dukungan regulasi mencakup perlindungan akses pasar serta pemberdayaan digitalisasi UMKM diterapkan untuk peningkatan daya saing (Sari & Nugroho, 2024). Regulasi harus adaptif dan responsif terhadap perkembangan kebutuhan komunitas



# BAB IX

## INOVASI DAN TEKNOLOGI

### A. Penerapan Teknologi Tepat Guna dalam Produksi

Penerapan teknologi tepat guna merupakan aspek penting untuk mendukung keberhasilan program One Village One Product (OVOP) dalam meningkatkan produktivitas, kualitas, dan keberlanjutan usaha berbasis potensi lokal. Teknologi yang digunakan harus sesuai dengan kearifan lokal, mudah diterapkan, serta mampu meningkatkan efisiensi produksi tanpa mengabaikan aspek sosial dan lingkungan.

1. Definisi dan Prinsip Teknologi Tepat Guna dalam Konteks OVOP  
Teknologi tepat guna adalah teknologi yang dirancang dan diterapkan berdasarkan kebutuhan dan kapasitas masyarakat lokal, dengan memperhatikan aspek teknis, ekonomi, sosial, dan lingkungan (Rahman & Sari, 2025). Dalam konteks OVOP, teknologi ini bersifat sederhana,



mudah dikelola oleh pelaku usaha desa, dan dapat meningkatkan nilai tambah produk tanpa menimbulkan ketergantungan pada sumber daya luar. Prinsip utama teknologi tepat guna termasuk kemudahan penggunaan, biaya terjangkau, hemat energi, ramah lingkungan, dan sesuai dengan budaya setempat (Santoso & Wijaya, 2025). Implementasinya ditujukan agar teknologi dapat memperkuat kemandirian ekonomi desa dan memberdayakan sumber daya manusia setempat.

## 2. Jenis-Jenis Teknologi Tepat Guna yang Sudah Diterapkan di Berbagai Sentra OVOP

Berbagai jenis teknologi tepat guna telah diterapkan pada sentra OVOP di seluruh Indonesia, disesuaikan dengan produk unggulan dan kondisi geografis:

- a. Teknologi Pengolahan Hasil Pertanian dan Pangan: Mesin pengolah pangan sederhana, pengeringan tenaga surya, dan alat pengemas vakum yang meningkatkan mutu dan daya tahan produk (Kusuma & Rahayu, 2025).
- b. Teknologi Kerajinan Tangan: Alat bantu pembentukan bahan seperti alat tenun, alat pemotong, pemoles, dan pewarna alami yang ramah lingkungan (Wahyuni & Putri, 2024).
- c. Teknologi Energi Terbarukan: Penggunaan biogas dari limbah pertanian, penggunaan lampu tenaga surya di area produksi sebagai solusi hemat energi (Putra & Lestari, 2025).
- d. Teknologi Informasi dan Komunikasi: Penggunaan sistem informasi manajemen untuk produksi, pemasaran digital, serta pembayaran digital yang membantu efisiensi usaha (Damayanti & Rahayu, 2025).

## 3. Dampak Teknologi Tepat Guna terhadap Efisiensi Produksi dan Kualitas Produk

Penerapan teknologi tepat guna terbukti meningkatkan efisiensi produksi OVOP melalui pengurangan waktu proses, penggunaan sumber daya yang lebih optimal, dan peningkatan hasil produksi (Santoso & Agus, 2024). Misalnya, penggunaan mesin pengering tenaga surya



# BAB X

## STRATEGI IMPLEMENTASI DAN MONITORING

### A. Rencana Aksi Implementasi OVOP Berbasis Pentahelix

One Village One Product (OVOP) adalah sebuah konsep pengembangan produk unggulan desa yang mengintegrasikan berbagai elemen masyarakat melalui pendekatan kolaboratif. Pendekatan Pentahelix melibatkan lima pilar utama: pemerintah, akademisi, bisnis, komunitas, dan media. Penerapan konsep ini menjadi fondasi strategis dalam perencanaan aksi agar program OVOP berjalan efektif dan berkelanjutan.

1. Definisi dan Prinsip Pentahelix dalam Pengembangan OVOP  
Pentahelix adalah model kolaborasi multi-pihak yang melibatkan lima elemen utama dalam pembangunan dan pengembangan produk dan ekonomi lokal (Santoso & Wijayanti, 2025). Dalam konteks OVOP,



prinsip Pentahelix menekankan sinergi peran pemerintah sebagai regulator dan fasilitator; akademisi sebagai sumber riset dan inovasi; bisnis sebagai penyedia modal dan akses pasar; komunitas sebagai pelaku utama dan budaya; serta media yang berfungsi sebagai penyebar informasi dan promosi (Prasetyo & Sari, 2024). Prinsip utama bagi keberhasilan Pentahelix termasuk keterbukaan komunikasi, pembagian tanggung jawab yang jelas, penguatan kapasitas masing-masing elemen, dan komitmen berkelanjutan (Rahman & Wicaksono, 2024). Penerapan ini mendorong kolaborasi yang tidak hanya bersifat ad hoc tetapi berkelanjutan dan adaptif.

2. Penyusunan Roadmap dan Rencana Aksi Kolaboratif Antar Stakeholder  
Penyusunan roadmap strategis menjadi langkah kunci untuk mengarahkan jalannya program OVOP berbasis Pentahelix dengan tujuan dan tahapan yang jelas (Putra & Lestari, 2025). Roadmap disusun secara kolaboratif dengan melibatkan seluruh stakeholder dalam forum dialog dan perencanaan. Roadmap mencakup analisis kebutuhan, penetapan target capaian, alur kegiatan, serta mekanisme monitoring dan evaluasi. Rencana aksi harus mendetail termasuk penjadwalan pelatihan, dukungan modal, infrastruktur, dan pemasaran (Damayanti & Rahayu, 2025). Kolaborasi dalam penyusunan roadmap memastikan sinergi program berjalan efektif dan adaptasi terhadap dinamika lapangan dapat dilakukan secara responsif.
3. Peran Masing-Masing Elemen Pentahelix: Pemerintah, Akademisi, Bisnis, Komunitas, dan Media  
Peran spesifik setiap elemen sangat vital agar program OVOP dapat berjalan optimal (Yuliana et al., 2025):
  - a. Pemerintah: menyusun regulasi, memberikan fasilitasi modal, pelatihan, dan kebijakan pendukung yang kondusif. Pemerintah juga mengatur pengawasan dan evaluasi program (Santoso & Agus, 2024).



# BAB XI

## STUDI KASUS: IMPLEMENTASI OVOP DI ROTE NDAO

### A. Profil dan Potensi Ekonomi Kabupaten Rote Ndao

Kabupaten Rote Ndao, yang terletak di Provinsi Nusa Tenggara Timur, memiliki keunikan geografis dan potensi sumber daya alam yang besar, terutama di sektor kelautan dan perikanan. Potensi ini menjadi modal utama dalam pengembangan ekonomi lokal berbasis program One Village One Product (OVOP) yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat desa dan pembangunan berkelanjutan.

1. Gambaran Geografis, Demografis, dan Sosial Ekonomi Kabupaten Rote Ndao  
Kabupaten Rote Ndao terdiri dari pulau utama Rote dan beberapa pulau kecil sekitarnya. Dengan kondisi geografis yang strategis di



wilayah terdepan NKRI, kabupaten ini memiliki luas wilayah sekitar 1.280 km<sup>2</sup> dengan iklim tropis musim basah dan kemarau yang berpengaruh pada aktivitas ekonominya (BPS Kabupaten Rote Ndao, 2025). Secara demografis, populasi tercatat sekitar 152.000 jiwa dengan kepadatan penduduk yang masih relatif rendah dibanding wilayah lainnya di Indonesia (BPS Kabupaten Rote Ndao, 2025). Mayoritas penduduk terlibat dalam sektor pertanian, perikanan, dan kelautan yang menjadi tulang punggung perekonomian lokal. Tingkat pendidikan, akses kesehatan, dan fasilitas infrastruktur masih dalam tahap peningkatan, namun terdapat kemajuan signifikan yang mendukung pengembangan sumber daya manusia dan ekonomi desa (RPJP Kabupaten Rote Ndao, 2025).

## 2. Sumber Daya Alam dan Potensi Ekonomi Utama yang Mendukung Pengembangan OVOP

Potensi utama ekonomi Rote Ndao berasal dari sumber daya kelautan seperti perikanan tangkap, budidaya rumput laut, dan produk hasil laut yang melimpah (Mongabay, 2019). Perairan yang kaya ikan dan jenis laut lainnya menjadi tumpuan masyarakat lokal dan basis komoditas ekspor. Selain itu, sektor pariwisata berbasis alam dan budaya mulai berkembang sebagai potensi pendukung diversifikasi ekonomi (RENSTRA Ekbang Rote Ndao, 2019-2024). Potensi sektor pertanian seperti tanaman pangan dan rempah juga menjadi bagian penting dalam mendukung ekonomi lokal dan pengembangan OVOP. Pengelolaan berkelanjutan sumber daya alam ini menjadi fokus utama dalam program pengembangan ekonomi yang membumi dan ramah lingkungan.

## 3. Statistik Ekonomi, Tingkat Pengangguran, dan Kontribusi Sektor Kelautan dan Perikanan

Menurut data terbaru BPS Kabupaten Rote Ndao (2025), Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) asli daerah mencapai Rp3,7 triliun dengan pertumbuhan ekonomi rata-rata tahunan sekitar 3-4%. Sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan memberikan kontribusi terbesar terhadap PDRB, mencapai hampir 47% (Katadata, 2025).



## DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kabupaten Rote Ndao. (2025). *Statistik Kabupaten Rote Ndao 2025*. Kantor Badan Pusat Statistik Kabupaten Rote Ndao.
- Damayanti, A., & Rahayu, S. (2025). Pengembangan produk unggulan berbasis sumber daya laut di daerah pesisir. *Jurnal Pembangunan dan Pemberdayaan*, 12(1), 44–60.
- Mongabay. (2019). Potensi kelautan dan perikanan di Kabupaten Rote Ndao. *Mongabay.co.id*. <https://mongabay.co.id>
- Nuraini, A., Wahyuni, S., & Putri, D. (2025). Pendampingan teknis dan pelatihan dalam pengembangan produk OVOP. *Jurnal Teknologi dan Inovasi Desa*, 11(3), 75–89.
- Prasetyo, D., & Wibowo, H. (2025). Kolaborasi multi-stakeholder dalam pengembangan OVOP. *Jurnal Manajemen Strategis*, 14(2), 56–70.
- Putra, J., & Lestari, M. (2025). Penyusunan roadmap dan rencana aksi pengembangan produk lokal. *Jurnal Kebijakan Publik*, 10(4), 83–98.
- Rahman, A., & Putri, S. (2025). Dukungan kebijakan dan pembiayaan untuk program pemberdayaan ekonomi lokal. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan DAerah*, 9(1), 31–47.
- Santoso, R., & Agus, B. (2024). Analisis hambatan dan solusi dalam implementasi program OVOP di daerah terpencil. *Jurnal Pembangunan Wilayah*, 8(2), 23–39.
- Santoso, R., & Wijayanti, L. (2025). Monitoring dan evaluasi program berbasis komunitas di desa-desa pesisir. *Jurnal Evaluasi Program Pembangunan*, 11(1), 50–65.
- Wahyuni, S., & Putri, D. (2024). Inovasi produk dan pengemasan berbasis kearifan lokal dalam mendukung pemasaran produk OVOP. *Jurnal Pengembangan Produk Desa*, 7(3), 60–75.
- Yuliana, S., Putra, J., & Santoso, R. (2025). Studi kasus keberhasilan produk kerajinan dan olahan hasil laut di Kabupaten Rote Ndao. *Jurnal Studi Pembangunan Desa*, 13(2), 40–56.



Yusuf, A., & Kurniawan, I. (2024). Model jejaring kolaborasi multi-pihak dalam implementasi program desa. *Jurnal Inovasi Sosial*, 6(3), 44–59.





## Profil Penulis



**Dr. I Komang Arthana, SE.,MSi., Ak., CFrA., CRAI**

Komang Arthana adalah dosen dan peneliti di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Cendana, Kupang, dengan kepakaran di bidang akuntansi, manajemen keuangan publik, dan pengembangan ekonomi lokal berbasis desa. Ia aktif menulis artikel ilmiah nasional dan internasional, menjadi pemakalah pada berbagai seminar, serta terlibat dalam sejumlah riset tentang strategi daya saing lembaga keuangan, tata kelola dana desa, dan penguatan UMKM di Nusa Tenggara Timur. Pengalaman akademik dan risetnya menjadi landasan penting dalam penyusunan konsep dan model implementasi OVOP berbasis kolaborasi pentahelix di buku ini.



**Ni Putu Nursiani, SE., MM.** Ni Putu Nursiani adalah dosen tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Cendana dengan jabatan fungsional Lektor dan latar belakang pendidikan S1 Manajemen di Universitas Warmadewa serta S2 Manajemen di Universitas Brawijaya. Bidang keahliannya meliputi manajemen strategik, manajemen SDM, pengembangan SDM, kewirausahaan, dan manajemen kinerja, yang diajarkannya dalam berbagai mata kuliah di FEB Undana. Ia memiliki rekam jejak penelitian dan pengabdian yang kuat terkait UMKM, agroindustri, pariwisata, dan pemberdayaan perempuan, sehingga berkontribusi besar pada pembahasan aspek manajemen, SDM, dan kewirausahaan dalam pengembangan OVOP.



**Yonas Ferdinand Riwu, S.Si., M.Sc.** Yonas Ferdinand Riwu adalah dosen Universitas Nusa Cendana dengan latar belakang pendidikan Sains dan Manajemen (M.Sc.), yang aktif meneliti topik inovasi, pemasaran digital, serta pemanfaatan teknologi dalam pengembangan UMKM dan ekonomi lokal. Ia terlibat dalam berbagai penelitian dan program pengabdian tentang tata kelola keuangan, optimalisasi pemasaran digital, dan penguatan kapasitas pelaku usaha di desa, termasuk pendampingan UMKM dan kelompok masyarakat di NTT. Kompetensinya di bidang analisis data dan inovasi usaha memperkaya buku ini pada sisi metodologi, digitalisasi pemasaran, dan strategi implementasi OVOP berbasis data.



**Dr. Viktorianus Mahendra Da Lopez, S.T., M.M.**

Viktorianus Mahendra Da Lopez adalah dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Cendana, berlatar belakang S1 Teknik Industri (Universitas Katolik Parahyangan), S2 Manajemen Pemasaran (Universitas Katolik Widya Mandira), dan S3 Ilmu Manajemen Konsentrasi Pemasaran (Universitas Pasundan, Bandung). Minat kajiannya meliputi strategi pemasaran, pariwisata, branding daerah, dan pemasaran digital, yang tercermin dalam berbagai publikasi jurnal, prosiding, dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ia berperan merumuskan aspek strategi pemasaran, branding produk desa, serta penguatan jejaring pemasaran dalam kerangka OVOP dan pentahelix di buku ini.



**Juendiny Chrisna Ekasari, S.E., M.Ak**

Juendiny Chrisna Ekasari adalah dosen Universitas Nusa Cendana dengan latar belakang S1 dan S2 di bidang akuntansi di Universitas Kristen Satya Wacana dengan fokus pada akuntansi keuangan dan UMKM aktif dalam penelitian dan pengabdian terkait inovasi terbuka UMKM, penguatan tata kelola keuangan pelaku usaha kecil, serta pendampingan UMKM dan komunitas di NTT. Kontribusinya pada buku ini terutama terkait desain inovasi, penguatan kapasitas pengetahuan pelaku OVOP, serta integrasi pendekatan ilmiah dalam implementasi pentahelix di tingkat desa.



# ONE VILLAGE ONE PRODUCT

OVOP

Berbasis Kolaborasi Pentahelix



Buku ini hadir sebagai wujud kontribusi pemikiran dalam mendorong pengembangan potensi desa secara berkelanjutan melalui pendekatan kolaboratif yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan.

Konsep One Village One Product (OVOP) merupakan strategi pembangunan ekonomi lokal yang berfokus pada penguatan potensi unggulan desa berbasis sumber daya lokal, kearifan lokal, serta kreativitas masyarakat. Namun, dalam implementasinya, keberhasilan OVOP sangat ditentukan oleh sinergi dan kolaborasi lintas sektor. Oleh karena itu, pendekatan Pentahelix—yang melibatkan unsur pemerintah, akademisi, dunia usaha, komunitas, dan media—menjadi kerangka strategis dalam memperkuat daya saing produk desa di tingkat regional, nasional, hingga global.

Buku ini membahas OVOP dari berbagai sudut pandang, mulai dari kebijakan publik, pemberdayaan masyarakat, inovasi dan kewirausahaan, peran teknologi dan digitalisasi, hingga strategi pemasaran dan penguatan kelembagaan. Dengan pendekatan kolaboratif Pentahelix, buku ini diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai model pengembangan OVOP yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.



PT Nafal Global Nusantara



✉ [nafalglobalnusantara@gmail.com](mailto:nafalglobalnusantara@gmail.com)  
f Nafal Publishing  
@nafalpublishing\_

☎ +6281284872750

Ekonomi

+17

ISBN 978-634-7669-08-7



9 786347 669087