

PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI PENDEKATAN *ONE VILLAGE ONE PRODUCT* (OVOP)

Anik Gita Yuana¹

Indah Yuliana²

Eko Suprayitno³

¹²³ Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Zainul Hasan, Probolinggo Jawa Timur.

Email: anikgita345@gmail.com¹; indahyuliana@gmail.com²; Ekosuprayitno@gmail.com.

ABSTRACT

Introduction: *Basically, every country has a community empowerment program with various approaches. One approach to community empowerment that has been successfully developed in the world is the One Village One Product (OVOP) approach. In Indonesia, OVOP has become a national empowerment program and has become a priority development program in realizing independent villages as implemented in the Bumiaji sub-district, Batu Jatim, which is a sub-district with various local potentials ranging from horticultural plants to ornamental plants.*

Methods: *This study aims to analyze the model of community economic empowerment through the OVOP approach and its implications for community economic empowerment in Bumiaji District, Batu City. The research method used is descriptive qualitative research, case study research, data collection techniques, observations, documentation, and interviews. Then the data were analyzed using a qualitative descriptive method.*

Results: *the results of the study indicate that the model of community economic empowerment in Bumiaji District, Batu City is the Triple Helix Model which involves the role of the government (Koperindag and PLUT), private (PT Telkom, PT Angkasa Pura, BNI Bank, BRI Bank, Bank Jatim, Academics (University of Indonesia). Muhammadiyah Malang and Brawijaya University). The implications of the OVOP approach to community economic empowerment in Bumiaji District, Batu City are collaboration with various stakeholders, both government, private and academics, absorption of local potential, employment, increasing the bargaining position of MSME actors. The obstacle is that there has not been an expansion of the marketing distribution of MSME products and has not been able to raise the prices of farmers' crops.*

Conclusion and Suggestion : *It is necessary to increase cooperation and synergy between stakeholders according to their capacity and role in supporting programs from upstream to downstream. In addition, the government must encourage investors to support empowerment programs so that they are able to penetrate the international market.*

Keywords: *Community economic empowerment, OVOP*

PENDAHULUAN

Potensi ekonomi yang dimiliki oleh desa-desa yang ada di Indonesia sangat luar biasa. Berdasarkan data dari kementerian Desa, PDT dan Transmigrasi RI dari 74.954 desa tersebut mempunyai berbagai potensi yaitu 26,8% nya memiliki potensi perkebunan, 86,4 % memiliki potensi energi baru terbarukan, 82,7% memiliki potensi pertanian, 12.827 desa memiliki potensi perikanan, 1.902 desa berpotensi sebagai desa wisata, dan terdapat 1,8 juta komoditas UMKM.¹

Dalam rangka pemberdayaan masyarakat pemerintahan Jokowi-JK telah berkomitmen untuk membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah dan desa. Adapun kegiatan prioritas pembangunan desa pada tahun 2017 berdasarkan Permendes, PDT dan Transmigrasi No.22/2016 adalah terdiri dari Prukades/OVOP, BUMdes, embung desa, dan sarana olah raga desa.²

One Village One Product (OVOP) mulai dikembangkan pada tahun 1979 oleh Morihiko Hiramatsu, seorang Gubernur Oita Jepang selama 6 periode (1979-2003) yang telah berhasil mengentaskan kemiskinan warganya dengan menerapkan ide konsep pembangunan wilayah serta mengembangkan potensi daerah dengan melibatkan tokoh masyarakat, dan masyarakat itu sendiri sehingga termotivasi bangkit dan membangun daerahnya menjadi daerah yang makmur serta mensejahterakan masyarakat.³ Program OVOP di Indonesia telah melahirkan banyak IKM/UMKM baru dengan aneka ragam produknya.

Salah satu kota di Jawa Timur yang memiliki potensi besar dalam pengembangan OVOP adalah Kota Batu. Hal ini dikarenakan Kota Batu adalah kota agrowisata yang memiliki potensi lokal berupa tanaman hortikultura yaitu buah-buahan (apel dan jeruk), sayuran dan tanaman hias. Apel merupakan *icon* di Kota Batu karena sangat melimpah. Adapun pertanian apel tersebut berada di BWK III yaitu wilayah utama pengembangan kawasan agropolitan, pengembangan kawasan wisata alam dan lingkungan serta kegiatan agrowisata, yang terletak di Kecamatan Bumiaji.⁴ Hal ini menjadikan Kecamatan Bumiaji sebagai sentra industri IKM/UMKM pengolahan buah apel di Kota Batu

Untuk industri pengolahan apel sendiri saat ini produksinya sebagian besar masih tergantung pada permintaan pasar. Selain itu saat ini industri pengolahan apel di Kota Batu juga masih memiliki beberapa kendala yaitu (1) kurangnya standarisasi produk yang dihasilkan; (2) keterbatasan akses pasar; (3) pengetahuan bisnis dan strategi pemasaran yang masih lemah; (4) keterbatasan akses permodalan; dan (5) terbatasnya kemitraan dengan lembaga lain. Oleh karena itu diperlukan adanya strategi pengembangan pada

¹ Kemendes PD T dan transmigrasi. *Percepatan Pembangunan Desa*. 2017

² Kemendes PD T dan transmigrasi. *Percepatan Pembangunan Desa*. 2017

³ Era Riana, "Kerjasama Indonesia-Korea Selatan Dalam Mendukung Program *One Village One Product (OVOP)* Di Indonesia 2013-2015," *Jurnal Jom FISIP Universitas Riau*. 1(Februari,2016), hlm.2

⁴ Perda No. 7 tahun 2011 RTRW Kota Batu Tahun 2010-2030

industri pengolahan apel di Kota Batu.⁵ Berdasarkan penelitian sebelumnya serta data yang didapat dari fenomena yang ada penulis termotivasi melakukan penelitian mengenai model pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pendekatan *One Village One Product* (OVOP) di Kecamatan Bumiaji Kota Batu dan implikasi pendekatan OVOP terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kecamatan Bumiaji Kota Batu ”.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemberdayaan ekonomi masyarakat

Pemberdayaan adalah suatu kegiatan yang berkesinambungan, dinamis, secara sinergis mendorong keterlibatan semua potensi masyarakat yang ada secara partisipatif. Dengan cara ini akan memungkinkan terbentuknya masyarakat madani yang majemuk, penuh kesinambungan kewajiban dan hak, saling menghormati tanpa ada yang asing dalam komunitasnya.⁶ Pemberdayaan diarahkan guna meningkatkan ekonomi masyarakat secara produktif sehingga mampu menghasilkan nilai tambah yang tinggi dan pendapatan yang lebih besar.

Strategi Pemberdayaan

Dalam melaksanakan pemberdayaan perlu dilakukan melalui berbagai pendekatan, menurut Suharto (2005), penerapan pendekatan pemberdayaan dapat dilakukan melalui 5P yaitu: Pemungkinan, Penguatan, Perlindungan, Penyokongan, dan Pemeliharaan. Dengan penjelasan sebagai berikut: 1). Pemungkinan; menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang secara optimal. Pemberdayaan harus mampu membebaskan masyarakat dari sekarat -sekarat kultural dan struktur yang menghambat. 2). Penguatan; memperkuat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki masyarakat dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Pemberdayaan harus mampu menumbuhkan kembangkan segenap kemampuan dan kepercayaan diri masyarakat yang menunjang kemandirian mereka. 3). Perlindungan; melindungi masyarakat terutama kelompok-kelompok lemah agar tidak tertindas oleh kelompok kuat, menghindari terjadinya persaingan yang tidak seimbang (apalagi tidak sehat) antara yang kuat dan lemah, dan mencegah terjadinya eksploitasi kelompok kuat terhadap kelompok lemah. Pemberdayaan harus diarahkan kepada penghapusan segala jenis diskriminasi dan dominasi yang tidak menguntungkan rakyat kecil. 4). Penyokongan; memberi bimbingan dan dukungan agar masyarakat mampu menjalankan perannya dan tugas-tugas kehidupannya. Pemberdayaan harus mampu menyokong masyarakat agar tidak terjatuh ke dalam keadaan dan posisi yang semakin lemah dan terpinggirkan. 5). Pemeliharaan; memelihara kondisi yang kondusif agar tetap terjadi

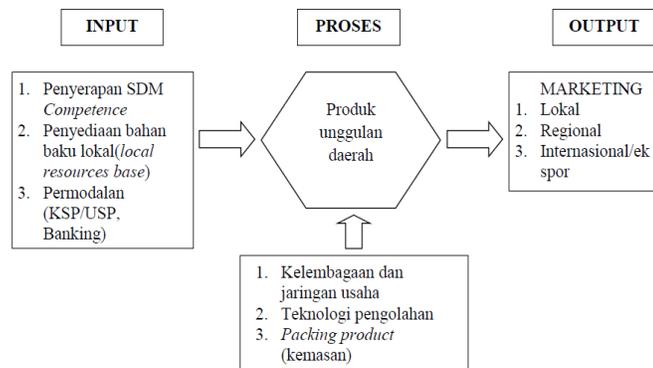
⁵ Nila Kurnia Wati dkk, "Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Apel Berbasis Ekonomi Lokal "Jurnal Administrasi Publik (JAP), 1 Hlm. 102-108

⁶ Suhendra, *Peran Birokrasi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, (Bandung: alfabeta, 2006), hlm. 74-75.

keseimbangan distribusi kekuasaan antara berbagai kelompok dalam masyarakat. Pemberdayaan harus mampu menjamin keselarasan dan keseimbangan yang memungkinkan setiap orang memperoleh kesempatan berusaha.⁷

One Village One Product (OVOP)

One Village One Product (OVOP) adalah suatu gerakan masyarakat yang secara integratif berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi dan kekayaan daerah, meningkatkan pendapatan para pelaku usaha dan masyarakat sekaligus meningkatkan rasa percaya diri dan kebanggaan terhadap kemampuan yang dimiliki masyarakat dan daerahnya. Sumber daya alam ataupun produk budaya lokal serta produk khas lokal yang telah dilakukan secara turun temurun dapat digali dan dikembangkan untuk menghasilkan produk bernilai tambah tinggi sesuai tuntutan dan permintaan pasar.⁸



Gambar 1 : Sistem program *one village one product (OVOP)*

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Tengah

Sementara itu sasaran yang hendak dicapai dalam implementasi Program OVOP adalah sebagai berikut:⁹ Pertama, kerjasama dengan berbagai pihak yang saling menguntungkan, kedua membangun *sustainability* (kesinambungan) berbagai aktivitas di pedesaan/daerah, yang antara lain dapat dilaksanakan melalui manajemen rantai suplai (*supply-chain management*), penempatan kelembagaan

⁷ Anwas, M. Oos. *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*.(Bandung: Alfabeta.2013),hlm 87

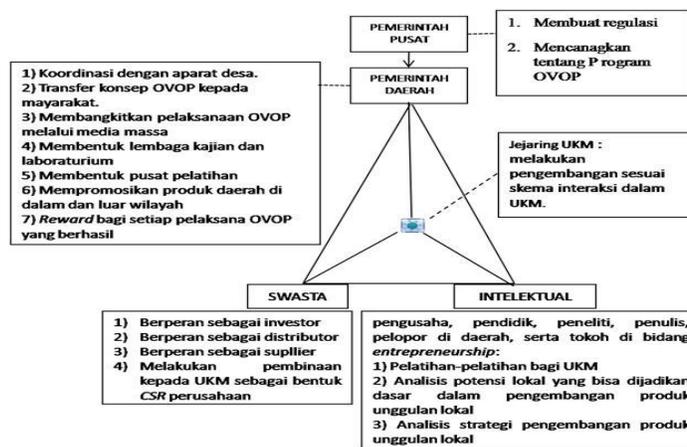
⁸ Buku Petunjuk Teknis Penilaian, Klasifikasi dan Pembinaan Produk OVOP. Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah Kementerian Perindustrian, 2012.hlm 11

⁹ Blue print OVOP,2010

koperasi dan peningkatan infrastruktur, ketiga menghasilkan peningkatan pendapatan dan kesejahteraan para petani serta masyarakat disekitarnya, keempat Meningkatkan posisi tawar (*bargaining position*) terhadap pasar untuk para pelaku usaha/petani.

Triple Helix

Pada awalnya teori *Triple Helix* dipopulerkan oleh Etzkowitz dan Leydersdorff yang merupakan metode pembangunan kebijakan berbasis inovasi. Dalam teori ini ditekankan pentingnya penciptaan sinergi tiga kutub yaitu intelektual, bisnis (swasta) dan pemerintah. Tujuan dari teori ini adalah dalam rangka untuk pembangunan ekonomi berkelanjutan berbasis ilmu pengetahuan.



Gambar 2 :Peran Triple Helix Dalam Implementasi *One Village One Product* (OVOP)

Sumber: Saiful Ulum 2011

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Bogdan dan Taylor menyatakan bahwa metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dari individu tersebut secara holistik (utuh).¹⁰ Penelitian ini menggunakan pendekatan *Study* kasus. Studi kasus merupakan strategi penelitian dimana didalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktifitas, proses, atau sekelompok individu, kasus-kasus dibatasi menggunakan

¹⁰ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-ruzz Media, 2011), hlm. 22

berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan.¹¹ Sumber data terdiri dari data primer dan skunder yaitu berasal dari wawancara selain itu referensi-referensi dari jurnal, buku, artikel, perundang-undangan maupun sumber informasi lain yang relevan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif Miles dan Huberman yaitu selama proses pengumpulan data dilakukan 3 kegiatan penting diantaranya *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), *verification* (verifikasi). Teknik keabsahan data menggunakan *triangulasi* sumber dan member chek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pendekatan *one village one product* (OVOP)

Pertama *Input* Jika dilihat dari aspek sumberdaya manusia, masyarakat di Kecamatan Bumiaji telah memiliki kesadaran untuk mengolah potensi lokal daerah menjadi produk unggulan sehingga terbentuk sentra pengolahan apel hal ini didukung oleh program pemberdayaan masyarakat melalui penumbuhan dan pengembangan SDM dan SDA oleh pemerintah. Program pelatihan diberikan kepada pelaku UMKM melalui Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) berbagai pelatihan seperti *packing product*, standarisasi produk dan juga latihan pemasaran produk diselenggarakan di Kantor PLUT Kota Batu.

Dalam memperoleh bahan baku yaitu apel, masyarakat memperoleh apel dari wilayah sekitar dengan mudah meskipun pernah mengalami kelangkaan karena kondisi cuaca. Hal ini sejalan dengan prinsip OVOP yaitu *local yet global*, dimana prinsip dari OVOP adalah mengolah potensi lokal daerah menjadi produk unggulan meskipun di Bumiaji produk olahan apel pemasarannya belum sampai pada tahap global tetapi dari segi bahan baku telah memanfaatkan bahan baku lokal yaitu apel. Di Kecamatan Bumiaji belum terjalin kerjasama antara petani dan pelaku UMKM sehingga harga bahan baku ditentukan oleh tengkulak, hal ini menyebabkan harga bahan baku mahal bagi UMKM dan bagi petani hasil panen apel yang dijual kepada tengkulak harganya sangat murah sehingga keberadaan UMKM tidak berpengaruh signifikan terhadap harga apel bagi petani.

Modal UMKM untuk mengolah apel menjadi berbagai produk unggulan diperoleh dari modal sendiri dan modal pinjaman dari perbankan, selain itu ada kerjasama dengan

¹¹ John W. Creswell, *Research design:pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed* (Yogyakarta:PT Pustaka Pelajar, 2010), hlm 20

CSR PT TELKOM dan berbagai kemudahan kredit yang diberikan pemerintah melalui kerjasama dengan BUMN dan BUMD seperti perbankan.

Kedua Proses Mardikanto dan Soebianto menyebutkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui Bina Manusia, Bina Usaha, dan Bina Lingkungan mensyaratkan tersedianya kelembagaan yang berfungsi dengan efektif. Artinya, bina kelembagaan tidak cukup dengan pembentukan lembaga-lembaga yang diperlukan, tetapi jauh lebih penting dari pembentukannya adalah seberapa jauh kelembagaan yang telah dibentuk itu telah berfungsi secara efektif.¹² Dalam hal kelembagaan terdapat komunitas atau asosiasi UMKM yaitu APKB, Gres, Forum IKM dan saudagar Muhammadiyah, serta terdapat jaringan kerjasama dengan Hypermart, indomaret dan alfamart, selain itu terdapat kerjasama dengan UMKM yang lebih besar. Di Kecamatan Bumiaji belum terdapat lembaga berbadan hukum berbentuk koperasi atau perseroan terbatas usaha UMKM masih berjalan sendiri-sendiri.

Teknologi pengolahan diperoleh masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan teknologi bekerjasama dengan Universitas Brawijaya Malang, selain itu pemerintah pernah memberikan bantuan alat secara berkelompok namun sekarang tidak ada karena terkait aturan tentang hibah. Keberadaan teknologi sangat dibutuhkan dalam pengembangan OVOP terutama kebutuhan akan laboratorium pengembangan yang bermanfaat untuk membantu pelaku UMKM menghasilkan produk yang berkualitas.

Terkait *packing product* masyarakat mendapatkan fasilitas pelatihan dari PLUT tentang desain dan standar pengemasan yang aman serta mendapatkan perijinan gratis untuk standarisasi produk PIRT, BPOM dan halal MUI. selain itu masyarakat telah melakukan kreatifitas dalam desain produk untuk meningkatkan daya jual produk.

Ketiga Output Pemasaran produk olahan apel sebagian besar masih di sekup lokal yaitu di Kota Batu sebagai produk oleh-oleh khas wisata Batu dan penjualan dilakukan melalui sistem konsinyasi dengan sistem penjualan ini masyarakat terkendala pada pembayaran yang tidak dilakukan secara tunai. Pemasaran regional di wilayah Malang dan Surabaya kendalanya penjualan di wilayah regional kurang begitu diminati karena merupakan produk oleh-oleh khas daerah selain itu terkendala saluran distribusi karena belum ada regulasi yang mengatur. Sedangkan pemasaran internasional sampai saat ini belum ada produk UMKM olahan apel yang di ekspor karena terkendala standarisasi produk penjualan keluar negeri hanya sebatas pemasaran *online* dan ada fasilitas website dari pemerintah.

Berdasarkan prinsip OVOP yaitu *local yet global* maka target dari pendekatan OVOP adalah produk lokal daerah bisa diolah menjadi produk unggulan dan berdaya saing global. Untuk bisa memenuhi target pemasaran global maka produk harus memenuhi standar kualitas, kuantitas dan kontinuitas. Era globalisasi membuka peluang

¹² Totok Mardikanto, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. (Bandung: Alfabeta 2012) hal 226

besar bagi masyarakat dunia untuk melakukan ekspansi pasar ke seluruh penjuru dunia, hendaknya produk-produk UMKM mampu memanfaatkan peluang tersebut. Pemerintah Kota Batu melalui Dinas Koperindag saat ini harus fokus melakukan pembinaan tidak hanya fokus pada aspek permodalan tetapi pada penguatan daya saing dan ekspansi pasar. Oleh sebab itu agar produk olahan apel bisa masuk pasar ekspor dibutuhkan kerjasama dengan stakeholder yaitu investor yang berperan untuk membantu masyarakat melakukan pemasaran internasional sebagaimana OVOP di negara-negara lain. Sebagaimana OVOP di Nepal adalah kemitraan swasta-publik yang melibatkan Federasi Pusat Perminyakan Industri Perdagangan dan Industri (FNCCI) Nepal dengan dukungan dari Kementerian Pertanian dan JICA.¹³

Sementara itu di Republik Kyrgyz JICA memainkan peran penting dalam pelaksanaan OVOP di Republik Kyrgyz. Mereka memberikan dukungan finansial untuk menyiapkan siklus produksi, pelatihan terorganisir untuk pengembangan sumber daya manusia, dan melakukan pelatihan keterampilan pemasaran untuk studi pasar dan untuk penjualan produk. Setelah 3 tahun belajar untuk meneliti prospek pengembangan potensi pengembangan masyarakat dan pariwisata Issyk Kul, proyek ini dimulai pada tahun 2006 dengan target utama pemberdayaan masyarakat.¹⁴

Pendekatan *one village one product* (OVOP) terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat

Pertama, Kerjasama dengan berbagai pihak yang menguntungkan. Kerjasama yang dilakukan pemerintah untuk mengembangkan UMKM di Kecamatan Bumiaji mengacu pada konsep *Triple Helix* yang terdiri dari pemerintah, swasta dan perguruan tinggi. Model *Triple Helix* merupakan sebuah model penyelesaian masalah dengan melibatkan swasta dan perguruan tinggi dalam pembagian peran sesuai dengan kemampuannya. Terdapat kerjasama antara pemerintah (dinas Koperindag dan PLUT), swasta Telkom, Bank BRI, BNI, Jatim, Indomaret, Alfamart, dan Hypermart), akademisi (Universitas Brawijaya dan Universitas Muhammadiyah Malang

Kedua Membangun *sustainability* (kesinambungan) berbagai aktifitas di pedesaan atau daerah. Di Kecamatan Bumiaji dampak dari keberlanjutan ini dapat dilihat dari terserapnya potensi lokal dan perluasan distribusi pemasaran. Dengan adanya UMKM pengolahan apel, hasil pertanian apel di Kecamatan Bumiaji yang kurang standar dapat terserap oleh UMKM. Hasil distribusi produk olahan hanya tersebar

¹³ Ghimire, B. "*One Village, One Product*," *Development Advocate Nepal*. Kathmandu: United Nations Development Programme (UNDP), October 2013 - March 2014, pp. 23-25

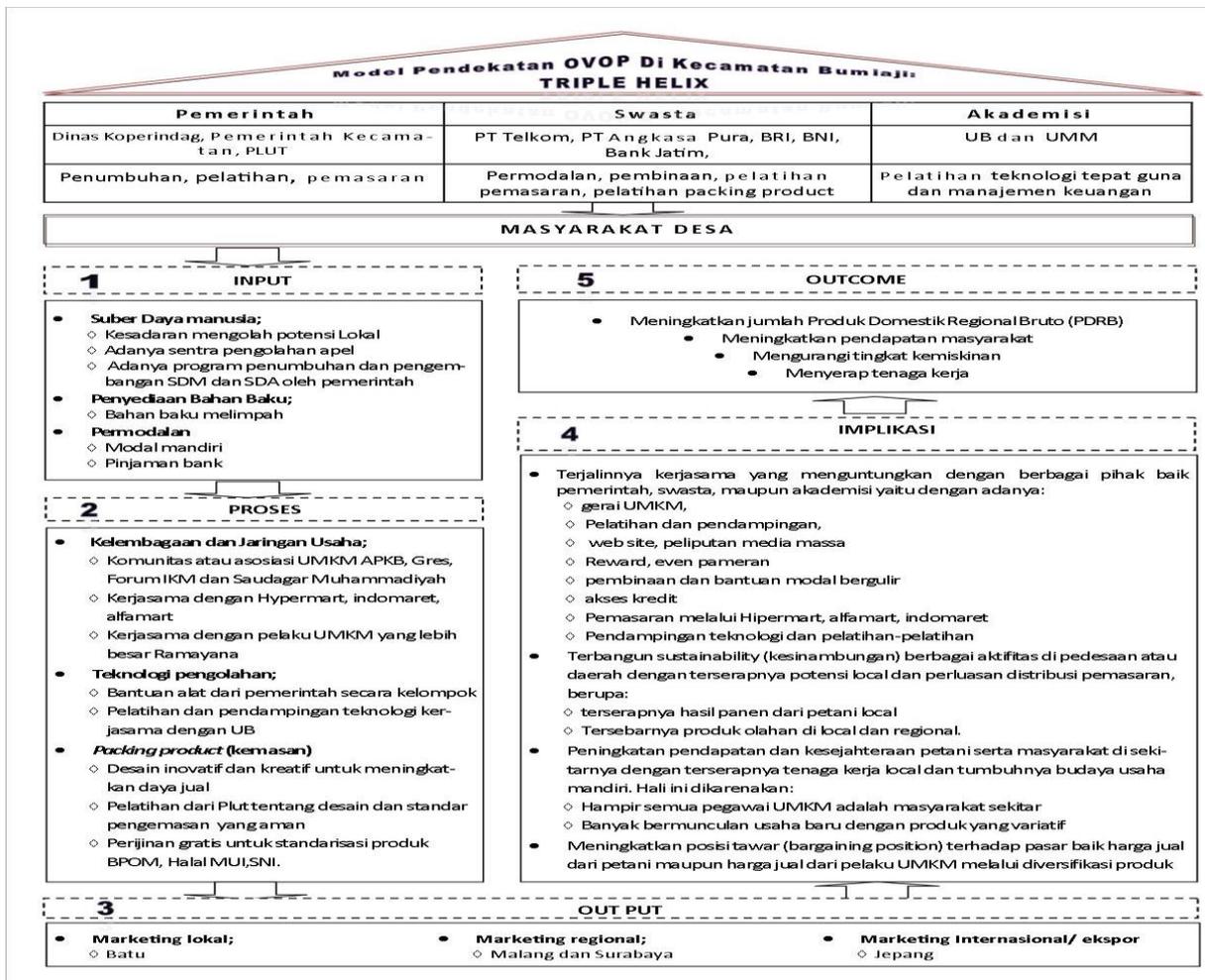
¹⁴ Dadabaev, T. *Japan in Central Asia: Strategies, Initiatives, and Neighboring Powers*. London: Palgrave Macmillan (2016)

sebatas wilayah Batu dan Malang karena belum ada saluran distribusi dari hulu hingga hilir.

Ketiga Menghasilkan peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani serta masyarakat di sekitarnya yang dilihat dari terserapnya tenaga kerja lokal dan tumbuhnya budaya usaha mandiri. Dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pemberdayaan UMKM memiliki tujuan mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan penanggulangan kemiskinan. Pertumbuhan UMKM olahan apel di Kecamatan Bumiaji telah berdampak kepada ketersediaan tenaga kerja lokal daerah, Adanya UMKM olahan apel mampu menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar, industri olahan apel mengutamakan pemanfaatan tenaga kerja manusia disamping penggunaan teknologi. Dengan munculnya pioner olahan apel telah memberikan inspirasi kepada masyarakat untuk ikut membuka usaha berbasis olahan apel

Keempat Meningkatkan posisi tawar (*bargaining position*) terhadap pasar untuk para pelaku usaha/petani yang meliputi harga jual dari petani dan harga jual dari pelaku UMKM. Berkaitan dengan harga jual apel petani tidak memiliki *bargaining position* terhadap hasil panennya. Hal ini disebabkan berbagai persoalan baik dari aspek kualitas apel maupun aspek penjualan yang langsung dibeli oleh tengkulak. Pemerintah harus membuka kerjasama dengan *stakeholder* untuk menyelesaikan persoalan hulu terkait harga bahan baku, diharapkan ada saluran distribusi bahan baku sehingga harganya stabil. Pelaku UMKM dapat menentukan posisi tawar produk melalui strategi *packing product*, inovasi produk dan kualitas produk, menentukan segmentasi pasar serta mengikuti even-even pameran. Dengan strategi tersebut maka pelaku UMKM dapat menentukan harga jual produknya sendiri, sementara produk yang kurang inovatif harganya kurang bersaing dipasaran.

KERANGKA HASIL PENELITIAN



Gambar 3 : Model Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pendekatan *one village one product* (OVOP) Di Kecamatan Bumiaji Kota Batu”

KESIMPULAN

Dari uraian yang disebutkan sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah: Pertama Model pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pendekatan *One Village one product* (OVOP) di Kecamatan Bumiaji Kota Batu adalah model *triple helix* yaitu model yang melibatkan peran dari 3 pihak yang terdiri dari pemerintah, swasta dan akademisi. Keterlibatan peran tersebut terlihat dari adanya kerjasama untuk melakukan pembinaan, pelatihan, permodalan dan pemasaran. Kedua Implikasi Pendekatan *One village One Product* (OVOP) terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kecamatan Bumiaji dapat dilihat dari beberapa dampak positif. Dampak positif telah terjalin kerjasama dengan *stakeholder* baik pemerintah, swasta dan akademisi dalam bentuk pembinaan, pelatihan, akses permodalan dan pemasaran sehingga masyarakat sangat terbantu dalam menjalankan usahanya. Selain itu terdapat kendala dalam perluasan distribusi pemasaran yaitu belum adanya saluran distribusi

dari hulu hingga hilir dan harga apel dari petani tidak mengalami perubahan signifikan karena apel dibeli oleh tengkulak.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Petunjuk Teknis Penilaian, Klasifikasi dan Pembinaan Produk OVOP. Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah Kementerian Perindustrian, 2012

Dadabaev, T. *Japan in Central Asia: Strategies, Initiatives, and Neighboring Powers*. London: Palgrave Macmillan(2016)

John W. Creswell, *Research design:pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta:PT Pustaka Pelajar, 2010

Ghimire, B. *“One Village, One Product,”Development Advocate Nepal* . Kathmandu: United Nations Development Programme (UNDP) , October 2013 - March 2014

Kemendes PDT dan Transmigrasi. *Percepatan Pembangunan Desa. 2017*

Kurnia Wati, Nila. dkk, *“Strategi Pengembangan IndustriPengolahan Apel Berbasis Ekonomi Lokal “*Jurnal Administrasi Publik (JAP)

Mardikanto, Totok. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta 2012

Oos. Anwas, M . *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*.Bandung: Alfabeta.2013

Perda No. 7 tahun 2011 RTRW Kota Batu Tahun 2010-2030

Prastowo, Andi. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, Yogyakarta:Ar-ruzz Media. 2011

Riana, Era. *“Kerjasama Indonesia-Korea Selatan Dalam Mendukung Program One Village One Product (OVOP) Di Indonesia 2013-2015,”* Jurnal Jom FISIP Universitas Riau.

Suhendra, *Peran Birokrasi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, Bandung: alfabeta, 2006