

PENGEMBANGAN USAHA PRODUK UNGGULAN DAERAH OVOP (ONE PRODUCT ONE VILLAGE): SAMBAL PATIN DESA CIPAYUNG CIKARANG TIMUR

**Agustini Tanjung¹, Leni Novianti², Yeni Amelia³, Fadisa Dera⁴, Desti Fitria⁵,
Nuryani⁶, Siti Nurkomalasari⁷**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Jawa Barat

agustini.tanjung@pelitabangsa.ac.id

Abstract

Community service is one form of contribution of educational institutions in helping to overcome problems that exist in society. It is felt that the existence of abundant local resources in every region in Indonesia has not yet been fully utilized optimally. Developing regional potential through the one product, one village product (OVOP) is one method of approach to mobilizing MSMEs in maximizing the superior products of a village which is expected to be able to increase the ability of MSMEs to identify, understand and develop the special potential of a region in producing a unique product, has the characteristics of the region concerned through the use of local resources with the outcome of reaching the market. Patin fish as one of the potential business resources of the Cipayung village community has the opportunity to be developed and is considered to have potential economic value. The catfish products produced by MSME owners have not been fully processed optimally and have not been able to increase value for MSME owners. One product one village is a program implemented with the aim of developing local resources in the Cipayung village area in East Cikarang into local regional superior products through the product innovation "Sambal Ikan Patin". The implementation method is through selecting raw materials, processing systems, maintaining quality and taste in order to be able to compete and attract the attention of consumers. Training in making label designs, packaging, product ingredients and marketing techniques is a continuation of activities in implementing community service activities. The results of the development of catfish products at the Arya Cikarang Patin Fish MSMEs through product innovation, packaging is a way to implement the One Village One Product (SDSP) concept, offered and marketed to the community and can increase the competitiveness of local catfish UMKM businesses. Keywords : MSME Development, One Village One Product (OVOP), Patin Fish Sauce

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bentuk kontribusi institusi pendidikan dalam membantu mengatasi permasalahan yang ada di masyarakat. Keberadaan sumber daya lokal yang berlimpah di setiap wilayah di Indonesia dirasa masih belum sepenuhnya dimanfaatkan secara maksimal. Pengembangan potensi daerah melalui program satu desa

satu produk (SDSP) menjadi salah satu metode pendekatan kepada penggerak UMKM dalam memaksimalkan produk unggulan suatu desa yang diharapkan mampu untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengidentifikasi, memahami dan mengembangkan potensi khusus suatu daerah dalam menghasilkan satu produk yang unik, memiliki ciri khas daerah bersangkutan melalui pemanfaatan sumber daya lokal dengan outcome untuk meraih pasar. Ikan patin sebagai salah satu potensi sumber daya usaha masyarakat desa Cipayung memiliki peluang untuk dikembangkan dan dianggap berpotensi memiliki nilai ekonomis. Produk ikan patin yang dihasilkan oleh pemilik UMKM, belum sepenuhnya diolah secara maksimal dan belum mampu meningkatkan value bagi pemilik UMKM. One product one village menjadi program yang dilaksanakan dengan tujuan mengembangkan sumber daya lokal daerah desa Cipayung di Cikarang Timur menjadi produk unggulan daerah lokal melalui inovasi produk “Sambal Ikan Patin”. Metode pelaksanaan melalui pemilihan bahan baku, sistem pengolahan, mempertahankan kualitas dan rasa agar mampu bersaing dan mampu menarik perhatian konsumen. Pelatihan pembuatan design label, kemasan, ingredience produk dan tehnik memasarkan menjadi kelanjutan kegiatan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Hasil pengembangan produk ikan patin pada UMKM Ikan Patin Arya Cikarang Timur melalui inovasi produk, kemasan menjadi satu cara implementasi konsep Satu Desa Satu Produk (SDSP) ditawarkan dan dipasarkan ke masyarakat dan dapat meningkatkan daya saing usaha lokal UMKM ikan patin.

Kata kunci : Pengembangan UMKM, Satu Desa Satu Produk (SDSP), Sambal Ikan Patin

PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa/kelurahan berbasis produk unggulan populer disebut dengan istilah OVOP atau One Village One Product (Satu Desa Satu Produk). OVOP adalah suatu pendekatan pengembangan potensi daerah untuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik dan khas dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Pengembangan produk dengan konsep OVOP berdasarkan Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia No 78/MIND/PER/9/2007 tentang Peningkatan Efektivitas Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Melalui Pendekatan OVOP di Sentra (MENTER! PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA, n.d.). Kemudian UU No 15 tahun 2001 tentang merek serta Amanat Inpres No. 06 tahun 2009 tentang Ekonomi Kreatif untuk Mensinergikan Konsep OVOP dan Merek Kolektif, demikian disampaikan oleh Kepala Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan Kementerian Perdagangan RI, Herry Soetanto dalam (Syakur & Hakim, n.d.).

Program satu desa satu produk di tujukan untuk menggali potensi produk unggulan desa, melalui inovasi produk dan pengembangan produk unggulan desa. Inovasi produk menjadi faktor krusial dalam mendukung keberhasilan suatu Perusahaan baik yang bergerak di bidang jasa maupun manufaktur. Inovasi juga mampu menghasilkan produk

baru yang jenisnya berbaikan dengan strategi yang ingin di capai oleh Perusahaan atau pemilik usaha (UMKM). Inovasi dalam pengabdian ini menggali dan mengembangkan kreatif local yang bersifat unik yang mewakili ciri khas daerah yang bersangkutan. Selain inovasi pembuatan label, kemasan dan promosi juga dikembangkan dalam kegiatan ini.

Yuliani dalam (Reski Yunita, n.d.) berpendapat label produk adalah identitas dari sebuah produk yang akan di pasarkan. Label produk dapat memudahkan konsumen dalam memilih produk yang ingin dibelinya dan menjadi penguat brand usaha dalam industri yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, label sangat penting, agar produk tersebut dapat dikenal di khalayak umum.

Pemilik usaha atau UMKM seringkali mengabaikan kebutuhan untuk berinvestasi dalam pelabelan dan pengemasan yang baik untuk produk yang mereka gunakan. Para pengusaha kecil seringkali tidak menyadari bahwa banyak konsumen yang lebih mementingkan kemasan yang baik. Oleh karena itu, Sulistiono & Mulyana dalam (Reski Yunita, n.d.) mengemukakan kemasan pada produk harus menjadi kunci penting dalam strategi pemasaran. Salah satu aspek kemasan yang paling bagi para pemilik bisnis adalah sebuah branding atau label.

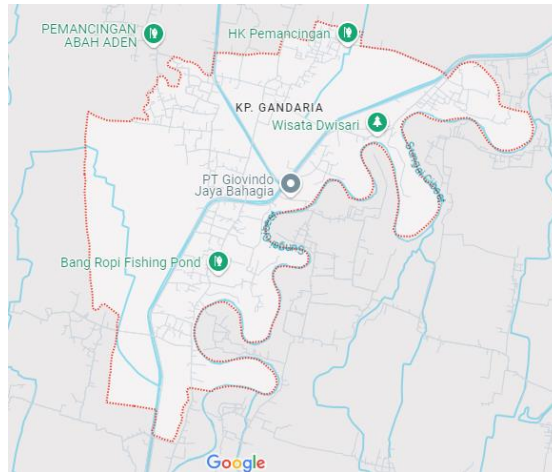
Promosi produk merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan yang bertujuan untuk mendobrak penjualan produk yang telah dihasilkan. Promosi adalah cara untuk menginformasikan, merujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu brand yang dijual. Menurut (Sari, 2020) dalam (Br Marbun et al., 2022), promosi dipandang sebagai suatu informasi untuk mempengaruhi individu atau organisasi kepada tindakan pembelian terhadap produk maupun jasa.

Kegiatan pengembangan produk pada program ini bersifat kearifan lokal diharapkan mampu meningkatkan daya saingnya yang diterima global dengan tetap memberikan keistimewaan pada invensi lokal dan mendorong semangat menciptakan kemandirian masyarakat (Syakur & Hakim, n.d.)

Bagi Indonesia, OVOP berarti satu desa satu produk yang bersifat unggulan. Satu produk merujuk pada pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah tertentu, pengertian desa juga bisa diperluas menjadi kecamatan atau kabupaten/kota. Tujuan utama hadirnya OVOP dalam rangka menggali, mengembangkan dan mempromosikan produk produk inovatif dan kreatif yang berasal dari daerah yang bersangkutan bersifat unik, khas

dan memiliki ciri tertentu agar lebih bernilai tinggi. Sehingga diharapkan mampu mengurangi kemiskinan secara massif.

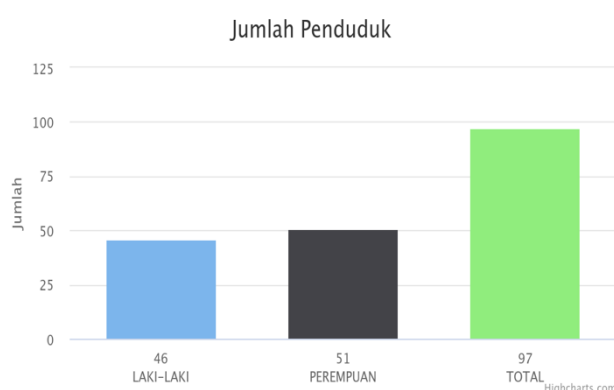
Untuk letak geografis, Desa Cipayung merupakan gabungan dari kemandoran Ciranggon dan Paparean dengan luas wilayah 680, 67 Ha (Tanjung & Heriyanti, 2021) :



- a) Dari sebelah Utara : Desa Tanjungbaru, Jatibaru dan Desa Labansari.
- b) Dari sebelah Timur : Sepanjang sungai kali cibeet (Kabupaten Karawang)
- c) Dari sebelah Selatan : Desa Pasirtanjung
- d) Dari sebelah Barat: Desa Hegarmanah dan Desa Jatireja

Letak Geografis Desa Cipayung merupakan Desa yang berada di bantaran tanah pertanian yang subur bercocok tanam padi sehingga secara topografi Desa Cipayung merupakan daerah pertanian, wilayah Desa Cipayung beriklim tropis dengan dua musim yaitu, musim hujan dan musim kemarau karena letaknya berada pada dataran rendah yaitu 20 m diatas permukaan laut, sehingga Desa Cipayung termasuk daerah yang cukup panas mencapai suhu 32 C (Website Resmi Desa Cipayung, n.d.).

Masyarakat Desa Cipayung belum banyak pendatang masih banyak penduduk asli yang masih menganut pola-pola hidup lama/adat istiadat dari nenek moyang/leluhurnya seperti hajat bumi dan masyarakatnya hampir 100 % menganut agama Islam, kehidupan masyarakat masih banyak yang hidup tergolong masyarakat miskin (Praks), terbukti masih adanya masyarakat yang mendapatkan bantuan Dana Kematian dari Pemerintah Kabupaten dengan surat pengantar Surat Keterangan Tidak Mampu (SKTM) yang diberikan oleh Pemerintah Desa untuk keperluan Masyarakat, Subsidi Beras Raskin dari Pemerintah, **ASKESKIN, JAMKESMAS dan JAMKESDA**. Jumlah Penduduk Data statistik Desa Cipayung meliputi (Website Resmi Desa Cipayung, n.d.) :



Tingkat Pendidikan :

Masyarakat Desa Cipayung sudah 20 % masih buta huruf dan 80 % berpendidikan yang didukung oleh adanya sarana pendidikan yang cukup, mulai dari usia dini dengan adanya PAUD, Madrasah Diniyah, SDN, SLTP dan Tsanawiyah merupakan sarana untuk mencerdaskan masyarakat/bangsa yang sesuai dengan tujuan Negara Kesatuan Republik Indonesia (Website Resmi Desa Cipayung, n.d.).

Mata Pencaharian :

Mata pencaharian penduduk Desa Cipayung pada umumnya terdiri dari (Website Resmi Desa Cipayung, n.d.):

1. Petani/Pekebun
2. Buruh tani
3. Pengusaha Lio Batu Bata Pres/Genteng Pres
4. Karyawan
5. Peternak

6. Buruh harian lepas
7. Tukang ojek
8. PNS
9. Pedagang
10. Wiraswasta
11. Pengrajin anyaman bilik dari bambu

Desa Cipayung sendiri mempunyai beberapa produk unggulan, diantaranya Ikan Patin Arya Cikarang, Rengginang Ibu Sukarsih, Sentra Batu Bata, Krupuk Rambak Ibu Marni, dan Kerajinan Tangan Pak Ambil Karsa (Website Resmi Desa Cipayung, n.d.).

Jumlah petani ikan patin di desa Cipayung, Cikarang Timur berkisar 15 petani dengan tingkat volume panen 2 ton dalam rentang waktu 3 bulan, sehingga diperkirakan total hasil panen ikan patin di desa Cipayung selama setahun adalah 8 ton. Untuk harga jual mentah dimana diambil oleh para tengkulak berkisar Rp. 15.000/kg.

Sebagai salah satu produk unggulan yang ada di Desa Cipayung yaitu Ikan Patin Arya Cikarang. Produk unggulan tersebut bisa dikembangkan melalui konsep One Village One Product (OVOP), dimana dengan konsep tersebut sumber daya yang melimpah dimanfaatkan semaksimal mungkin, dan untuk meningkatkan nilai tambah (value added) produk supaya memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan sebelumnya. Harga jual sambal sendiri memiliki nilai sekitar Rp 25.000/pcs, dengan daya tahan simpan 1 bulan di luar ruangan sedangkan di lemari pendingin bisa bertahan sampai 3 bulan.

Pengembangan produk ini ditujukan untuk global dengan tetap memberikan keistimewaan pada invensi nilai tambah kearifan lokal dan mendorong semangat menciptakan kemandirian masyarakat, kemandirian masyarakat ini akan memberikan dampak positif terhadap tingkat pengangguran masyarakat, yang tentunya akan semakin menurun dari tahun ke tahun.

Pengembangan yang bisa dilakukan pada produk Ikan Patin Arya Cikarang adalah membuat ikan patin menjadi sambal. Mengembangkan produk olahan ikan patin akan mengoptimalkan manfaatnya, misalnya pembuatan sambal. Produk ini memiliki sumber protein yang sangat banyak dari ikan patin itu sendiri, kaya akan vitamin B12, penting untuk pembentukan sel darah merah dan mencegah anemia, dan memiliki kalori yang rendah, yaitu sekitar 98 kalori per 100 gram, sehingga sangat cocok untuk diet jika dimakan secara tidak berlebihan.

KAJIAN TEORI

Menurut Wayan (2009) dalam (Asriati, n.d.) ada kriteria yang harus dimiliki lokasi pengembangan program One Village One Product atau satu desa satu produk, dalam rangka pengembangan Kawasan Industri Mandiri Terpadu yaitu berdaya saing tinggi di pasar domestik dan global. Daerah yang menjadi pengembangan program OVOP harus ada keseragaman jenis usaha, memiliki tata ruang yang jelas serta memiliki infrastruktur yang bagus.

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan kegiatan Program Kerja Universitas Pelita Bangsa di Desa Cipayung mengusung tema “Bersinergi Membangun Desa Menuju Entrepreneur Mandiri Dalam Mendukung Pembangunan Desa Berkelanjutan” terhitung dari tanggal 28 Juli – 27 Agustus 2024 dilaksanakan di Desa Cipayung yang terletak di Kecamatan Cikarang Timur, Kabupaten Bekasi.

Pengumpulan data Dalam menyusun laporan akhir program ini dilakukan pengumpulan data dengan berbagai teknik pengumpulan data yang ada, antara lain:

a. Pengamatan (observasi)

Teknik pengumpulan data berupa observasi dilakukan dengan cara mengamati dan menelaah secara langsung keadaan lokasi dimana wilayah Team Pelaksana Program Kerja Desa Cipayung, sehingga dapat menentukan program yang akan dilaksanakan dan menyiapkan segala kebutuhan teknis terkait program tersebut.

b. Wawancara

Selain melakukan pengamatan secara langsung, pelaksanaan program kerja ini juga melakukan wawancara sebagai salah satu teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan perangkat desa, masyarakat dan warga Desa Cipayung. Pihak-pihak tersebut memiliki informasi yang dibutuhkan oleh team dan anggota yang merupakan pelaksana dalam program kerja.

c. Internet Surfing

Internet Surfing dilakukan untuk mendapatkan data-data yang sifatnya ter-update, atau dapat dikatakan datadata terbaru agar data yang digunakan selalu bersifat aktual.

Analisis Data Data primer dan sekunder yang telah diperoleh dari pengumpulan data akan diolah dengan pola deskriptif kualitatif. Pada tahap pertama dilakukannya reduksi

data, reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian melalui penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang didapatkan, baik data primer maupun sekunder yang telah dipaparkan sebelumnya. Kemudian setelah reduksi data dilakukan, maka dilakukannya penyajian data yang berarti menyajikan data dalam bentuk uraian singkat. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data biasanya dilakukan secara naratif agar mudah untuk dipahami. Pada tahap terakhir dilakukannya penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang disajikan berupa deskripsi atau gambaran yang awalnya belum jelas menjadi jelas. Pelaksanaannya meliputi:

- a Pengembangan UMKM Ikan Patin Arya Cikarang Timur, semua pembaruan dan pengembangan untuk Ikan Patin Arya Cikarang Timur diterima dengan baik oleh pemilik UMKM, kami berharap semua pembaruan dilanjutkan oleh pemilik UMKM yaitu design kemasan baru dan jenis produk baru di gunakan sebagaimana mestinya agar banyak dikenal secara luas. Dari semua pembaruan dan pengembangan yang kami buat guna untuk membantu mengembangkan salah satu UMKM yang ada di desa Cipayung
- b Membantu dalam mewujudkan tata kelola One Village One Product (OVOP), mengembangkan menjadi peluang bagi sekitarnya untuk mulai bersiap menjadi Desa wisata yang menciptakan produk lokal sebagai modal dasar perencanaan dan Pemasaran produk sehingga dapat menciptakan kestabilan dan ketahanan ekonomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan melalui beberapa kegiatan yang didukung oleh team di sesuai progam kerja yang sudah disusun. Adapun hasil pelaksanaan program kerja di Desa Cipayung adalah :

- a. Pengembangan UMKM Ikan Patin Arya Cikarang Timur, semua pembaruan dan pengembangan untuk Ikan Patin Arya Cikarang Timur berupa kemasan dan jenis produk yang baru agar bisa dikenal lebih luas. Produk yang dikembangkan dari UMKM Ikan Patin Arya Cikarang Timur berupa pengolahan daging ikan menjadi sambal.
- b. Perwujudan tata kelola One Village One Product (OVOP) bagi UMKM Ikan Patin Arya Cikarang Timur. Sebagai perwujudan ini, produk dari Ikan Patin Arya Cikarang Timur bisa tersebar luas berkat pengembangan produk yang dilakukan. Hal ini sejalan dengan tujuan dari One Village One Product (OVOP) yaitu untuk menggali dan

mempromosikan produk inovatif dan kreatif lokal, dari sumber daya, yang bersifat unik khas daerah, bernilai tambah tinggi, dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan, memiliki image dan daya saing yang tinggi. Hal ini tentu dapat lebih mengembangkan lagi usaha yang telah dijalankan oleh UMKM Ikan Patin Arya Cikarang Timur.

- c. Kegiatan dilakukan dalam prosedur utama yaitu pembuatan sambal ikan patin, prosedur kegiatan dan prosedur evaluasi. Pembuatan sambal ikan patin dilakukan dengan metode penggorengan sehingga dapat dilakukan dengan mudah dan hanya membutuhkan alat-alat sederhana yang pasti dimiliki masing-masing partisipan. Adapun proses pembuatannya ditampilkan dalam gambar dibawah ini :
 - 1) Pada tahap ini ikan dipotong kecil menjadi beberapa bagian
 - 2) Lalu ikan akan digoreng menggunakan minyak panas dan disuir menjadi suiran kecil
 - 3) Potong bawang dan bahan lain untuk memasak sambal dan ikan yang telah disuir
 - 4) Uji coba rasa sambal untuk mengetahui apakah rasa sudah pas
 - 5) Sambal sudah dikemas dengan toples berukuran 150gr dan siap diperjual-belikan
- d. Komposisi sambal ikan patin meliputi, ikan patin, cabai merah, cabai rawit merah, bawang putih, bawang merah, jahe, kunyit bubuk, kaldu bubuk, minyak serta daun kemangi. Sambal ikan patin diproduksi dengan mencampurkan bawang merah dan bawang putih yang mengandung banyak vitamin B6 dan komponen pedas seperti cabe rawit dan cabe merah, serta penyedap rasa. Penggunaan cabe dalam pembuatan produk sambal dapat dicampur dalam menghindari masalah kesehatan bagi pecinta makanan pedas. Hal ini karena cabe rawit dan cabe merah memiliki tingkat kepedasan yang berbeda. Dimana cabe rawit ditambahkan untuk menjadi bahan utama rasa pedas pada sambal, sedangkan cabe merah digunakan untuk membuat warna sambal lebih merah dan menarik.
- e. Proses pembuatan yang dilakukan oleh tim merumuskan teknik dan hasil yang terbaik. Selanjutnya, tim melakukan observasi ke koperasi desa cipayung yang sesuai dengan karakteristik partisipan yang diinginkan tim, yaitu anggota koperasi dengan anggota laki-laki dan perempuan. Observasi awal dilakukan untuk melihat antusiasme calon partisipan. Berdasarkan kunjungan pertama dan kedua ke kepala koperasi Desa cipayung, calon partisipan sangat antusias terhadap pelaksanaan kegiatan. Sehingga, pada kunjungan kedua dilakukan diskusi mengenai jadwal dan prosedur pelaksanaan kegiatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Cipayung telah menghasilkan pengembangan UMKM Ikan Patin Arya Cikarang Timur melalui inovasi produk seperti sambal dan kerupuk dari ikan patin. Selain itu, implementasi konsep One Village One Product (OVOP) telah membantu merilis produk baru dari UMKM Ikan Patin Arya Cikarang Timur tersebar luas dan meningkatkan daya saing usaha lokal tersebut.

Saran

Bagi Pelaku UMKM Diharapkan dapat terus meningkatkan motivasi dan memanfaatkan sumber daya yang ada, konsisten dalam meningkatkan kualitas produk dan dapat bekerjasama dengan instansi terkait untuk mengembangkan produk yang sudah ada.

Bagi Masyarakat Desa Cipayung Kegiatan yang sudah diberikan dalam kegiatan program kerja ini agar dapat di manfaatkan dan dapat bekerjasama dengan pihak UMKM setempat dalam menciptakan sinergi usaha yang berkelanjutan.

Bagi Aparatur Desa dan Pelaksana Kebijakan Desa dan dukungan kepada UMKM dan masyarakat agar dapat memotivasi masyarakat yang lain bisa membangun UMKM lainnya

DAFTAR REFERENSI

Asriati, N. (n.d.). PENGEMBANGAN KAWASAN TERPADU MANDIRI DENGAN PENDEKATAN MODEL ONE VILLAGE ONE PRODUCT (OVOP) DAERAH TRANSMIGRASI RASAU JAYA.

Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>

MENTER! PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA. (n.d.). <http://jdih.kemenperin.go.id/>

Reski Yunita, A. (n.d.). Pelatihan Pengembangan Usaha Melalui Pembaruan Desain Label Kemasan Pada UMKM Kacang Telur di Lappacinrana Kabupaten Sinjai. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>

Syakur, U. M., & Hakim, A. (n.d.). 135-371-1-SM.

Tanjung, A., & Heriyanti, S. S. (2021). PENINGKATAN TATA KELOLA DESA DA N
PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF BERBASIS DIGITAL DESA
CIPAYUNG KECAMATAN CIKARANG TIMUR (Vol. 2, Issue 01).

Website Resmi Desa Cipayung. (n.d.). Retrieved August 27, 2024, from
<https://desacipayung.com/>