

**ANALISIS KESIAPAN INDUSTRI KNALPOT KELURAHAN KEMBARAN KULON
SEBAGAI ONE VILLAGE ONE PRODUCT (OVOP) DI KABUPATEN PURBALINGGA PROVINSI JAWA TENGAH**

Anggit Adi Wijaya
anggitadiwijaya@gmail.com

Dodi Widiyanto
dodi_ppw@yahoo.com

ABSTRACT

This research is based on paradigm about the regional local commodity which were purposes are: first, to evaluate readiness level of Kembaran Kulon's industrial exhaust as One Village One Product (OVOP), second, to formulate the strategy for developing Kembaran Kulon's industrial exhaust as One Village One Product (OVOP) in Purbalingga Regency. This research combined secondary and primary data whereas the analytical technique that used to achieve these goals was descriptive analysis. The Analyzers which were used including One Village One Product (OVOP) Checklist Parameter and Strengths Weakness Opportunities Threats (SWOT) analyze. The result show that the readiness of the Kembaran Kulon's industrial exhaust as One Village One Product (OVOP) was 84,14%. On the other hand, this research produce the policy recommendation for developing OVOP by optimizing the formation of promotional agencies and special development of OVOP and increasing the cooperation among government, private, and public.

Keywords : *Industrial Exhaust, the readiness of OVOP and Developing Strategy.*

Penelitian ini berpijak pada suatu pemikiran mengenai daya saing wilayah yang berbasis kekuatan komoditas lokal. Kajian daya saing wilayah berbasis kekuatan komoditas lokal ini memiliki tujuan penelitian yaitu : pertama, mengevaluasi tingkat kesiapan Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon sebagai One Village One Product (OVOP) dan kedua, merumuskan strategi pengembangan Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon sebagai One Village One Product (OVOP) di Kabupaten Purbalingga. Penelitian ini mengkombinasikan data sekunder dan data primer. Teknik analisis yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yaitu analisis deskriptif. Alat analisis tersebut meliputi: checklist lapangan parameter One Village One Product (OVOP) dan analisis SWOT (Strength Weakness Opportunity Threat). Hasil kajian dan penelitian menunjukkan bahwa kesiapan industri knalpot Kelurahan Kembaran Kulon sebagai One Village One Product (OVOP) adalah 84,14% dan rumusan kebijakan pengembangan OVOP melalui optimalisasi pembentukan lembaga promosi dan pengembangan khusus OVOP dan meningkatkan kerjasama antara pemerintah, swasta dan masyarakat.

Kata Kunci : *Industri Knalpot, Kesiapan OVOP, dan Strategi pengembangan*

PENDAHULUAN

Krisis global merupakan peristiwa dimana seluruh sektor ekonomi di pasar dunia mengalami keterpurukan yang memberi dampak besar pada negara-negara di seluruh dunia, salah satunya adalah Indonesia. Hal ini memberikan tekanan yang cukup besar terhadap kinerja komoditas ekspor-impor yaitu terjadinya penurunan harga berbagai komoditas akibat adanya perlambatan ekonomi dunia (UNIDO, 2008) sehingga peluang untuk memasarkan komoditas-komoditas antar negara mengalami berbagai kendala.

Menurut Chumaira (2010) pada tahap ini Indonesia baru memasuki ranah kebijakan yang disebut Satu Kabupaten Satu Kompetensi Inti (Saka Sakti), itupun baru sebagian kabupaten/kota yang menerapkannya sehingga untuk bersaing dalam tataran global seringkali mengalami kendala akibat diversifikasi produk yang belum optimal, oleh karena itu diperlukan penguatan sektor unggulan yang lebih mikro dengan meningkatkan diversifikasi atau memperkecil lingkup kebijakan dari level kabupaten/kota menjadi level desa/kelurahan yang kemudian dikenal dengan konsep *One Village One Product* (OVOP). Program ini pada awalnya diinisiasi dan dikembangkan oleh Gubernur Hiramatsu di Daerah Oita, Jepang pada tahun 1980 yang dianggap berhasil mengentaskan kemiskinan di Desa Oyama berkat adanya hasil pertanian unggulan meskipun dengan skala kecil (Kurokawa, 2010).

Data dari BPS (2011) menunjukkan bahwa rata-rata dalam satu kabupaten/kota di Indonesia memiliki 150 sampai dengan 160 desa/kelurahan, artinya dengan menggali potensi produk unggulan melalui *One Village One Product* (OVOP) akan ada perubahan yang signifikan dalam mendorong produk unggulan daerah dari suatu kabupaten/kota yang semula hanya satu produk menjadi minimal 150-160 produk. Hal ini tentu saja menjadi potensi

kekuatan besar untuk menghadapi persaingan global sebab daerah memiliki tingkat kesiapan yang lebih prima karena produk yang terdiversifikasi dengan kompetensi lokal dan berpotensi dikembangkan menjadi produk berkualitas global karena faktor keunikan.

Kelurahan Kembaran Kulon, Kecamatan Purbalingga, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah memiliki produk lokal unggulan berupa knalpot yang menjadi kebanggaan masyarakat setempat bahkan Disperindagkop (2014) mencatat bahwa produk knalpot ini telah menembus pasar global dengan pasar industri mobil dan sepeda motor. Disperindagkop (2014) juga mencatat bahwa industri komponen otomotif knalpot Kelurahan Kembaran Kulon adalah yang tertinggi di Kabupaten Purbalingga dengan kepemilikan aset senilai Rp. 2.966.180.000,00 dan produksi senilai Rp. 2.600.070.000,00. Atas dasar persoalan tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji industri knalpot ini dengan mengukur kesiapannya menjadi *One Village One Product* (OVOP) yang bertumpu pada konsepsi geografi ekonomi dengan produk unggulan berbasis kewilayahan.

Berdasarkan dari ulasan tersebut maka disusun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. mengevaluasi tingkat kesiapan Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon sebagai *One Village One Product* (OVOP).
2. merumuskan strategi pengembangan Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon sebagai *One Village One Product* (OVOP) di Kabupaten Purbalingga.

LANDASAN TEORI

Sutikno dan Maryunani (2007) memaparkan bahwa kompetensi inti yang dimaksud adalah kemampuan suatu daerah secara keseluruhan untuk mengembangkan

ekonomi yang unik dan mampu bersaing dengan daerah lain. Kompetensi inti ini tidak harus berteknologi tinggi tetapi lebih bertumpu pada keunikan berbasis sumberdaya lokal sehingga memiliki keunggulan komparatif dengan daerah lain. Optimalisasi kompetensi inti yang bertumpu pada konsepsi geografi ekonomi dengan produk unggulan berbasis lokalitas kewilayahan yaitu *One Village One Product (OVOP)* yang merupakan sebuah kebijakan yang menetapkan suatu desa minimal memiliki satu produk unggulan yang mempunyai kekhasan untuk dikembangkan dengan optimalisasi sumberdaya yang ada sehingga akan memberikan nilai tambah pada produk tersebut dan memberikan kontribusi pendapatan cukup besar bagi desa setempat (Shakya, 2011).

Program tersebut telah berhasil dikembangkan di Jepang yaitu kebijakan *One Village One Product (OVOP)* / satu desa satu produk unggulan dan Thailand yaitu kebijakan *One Tambon One Product (OTOP)* / satu kecamatan satu produk unggulan. Kurokawa (2010) menegaskan bahwa kunci keberhasilan OVOP Jepang atau dalam bahasa setempat *Isson Ippin Undo* adalah karena adanya inisiatif dan inovasi praktis dari masyarakat dengan metode jejaring produk serta implementasi gerakan secara paralel hingga membentuk ekonomi wilayah yang kuat. Kegiatan sehari-hari yang sederhana, potensi alam dan hiburan setempat dapat diubah menjadi produk atau jasa yang bernilai tinggi dengan sentuhan inovasi dan jejaring ini. Keberhasilan OVOP juga didorong oleh kantor-kantor publik, terutama pemerintah baik daerah maupun pusat yang berfungsi sebagai fasilitator kegiatan OVOP berupa inovasi teknis, produksi, dan pemasaran. Dalam pelaksanaannya gagasan tersebut dijabarkan dalam kegiatan lokal atau kegiatan yang menggunakan sepenuhnya atau sebagian sumber daya lokal, baik bahan baku ataupun sumberdaya manusianya.

Berbeda dengan Jepang, Thailand mengadopsi pendekatan OVOP Jepang dengan menitikberatkan pada pembangunan sistem ekonomi. Pemerintah Thailand melakukan intervensi dari awal tanpa menunggu inisiatif dari masyarakat, walaupun secara bertahap memupuk semangat kemandirian di kalangan penduduk setempat dengan meregulasikan kebijakan *One Tambon One Product (OTOP)*, *tambon* dalam bahasa setempat artinya kecamatan. Artinya kebijakan ini dimaksudkan agar setiap kecamatan di Thailand minimal memiliki satu produk unggulan yang berdaya saing tinggi.

Dari studi dua negara yang berhasil mengidentifikasi, mengembangkan dan memasarkan kompetensi inti daerah yaitu OVOP Jepang dan OTOP Thailand, dapat disimpulkan sebagaimana dirangkum oleh Christanto (2011) dalam bukunya yang berjudul *Membangun Daya Saing Daerah melalui Penciptaan Kompetensi Inti Daerah*, bahwa setidaknya ada beberapa indikator keberhasilan dari kebijakan OVOP yang ada di Negara Jepang dan Thailand termasuk negara-negara lain di dunia. Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari peran serta pelaku usaha, pemerintah dan masyarakat serta swasta yang dijabarkan sebagai berikut :

1. keunikan produk
2. keterampilan SDM
3. kerjasama pemerintah, swasta dan masyarakat
4. penggunaan teknologi dalam produksi dan pemasaran
5. lembaga promosi dan pengembangan
6. akses permodalan
7. pembangunan berkelanjutan
8. pemerintah memprioritaskan UKM
9. dukungan masyarakat
10. dukungan tokoh masyarakat

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan mengombinasikan data primer berupa data wawancara untuk mengetahui kesiapan Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon sebagai *One Village One Product* (OVOP) dengan penghitungan kesiapan OVOP berdasarkan UNIDO (2008) yaitu

$$\text{Kesiapan OVOP} = \left(\frac{N_x}{N_t} \right) \times 100\%$$

N_x = Jumlah objek yang memenuhi indikator OVOP
 N_t = Jumlah indikator OVOP x jumlah objek

Kemudian data sekunder dari instansi terkait pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) di lingkungan Kabupaten Purbalingga untuk mengetahui fasilitas penunjang pengembangan kebijakan OVOP di Kabupaten Purbalingga. Selanjutnya, kedua data tersebut dipadukan melalui analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities and Threats*) sehingga diperoleh strategi kebijakan pengembangan Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon sebagai OVOP di Kabupaten Purbalingga.

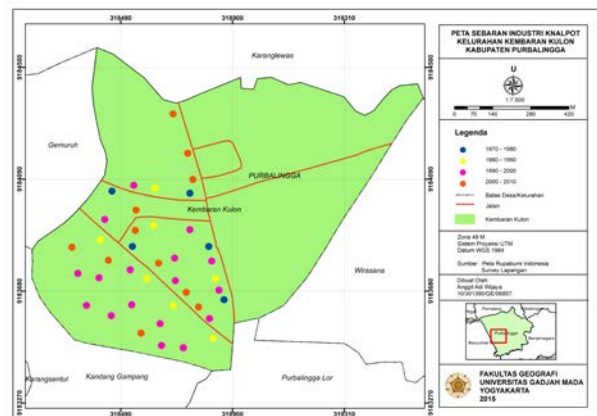
Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling* yaitu Kelurahan Kembaran Kulon, Kecamatan Purbalingga, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah dengan unit analisis dalam penelitian ini adalah pemilik usaha knalpot. Objek pada penelitian ini diambil dengan metode sensus sejumlah pemilik usaha knalpot di Kelurahan Kembaran Kulon yaitu 41 (empat puluh satu) orang.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan Peta Sebaran Industri Knalpot sebagaimana tertera pada Gambar 1 berikut dapat dilihat dengan jelas bahwa distribusi Industri Knalpot berkumpul disisi tengah menuju barat Kelurahan Kembaran Kulon. Berdasarkan data di lapangan yang diperoleh bahwa batas distribusi pengelompokan industri tersebut adalah Jalan AW Soemarmo yang merupakan jalan arteri di Kelurahan

Kembaran Kulon yang membujur dari arah utara menuju arah selatan. Jalan AW Soemarmo ini merupakan rute menuju Kabupaten Pemalang, Pekalongan atau Jalur Pantura.

Sisi timur Jalan AW Soemarmo lebih didominasi area perkantoran seperti Kantor Dinas Perternakan dan Perikanan ataupun Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Purbalingga dr. Goetheng Taroenadibrata. Kebijakan terkait dengan larangan untuk mendirikan industri knalpot disekitar area RSUD sangat berdampak. Terbukti tidak ada satupun pemilik usaha knalpot yang memilih lokasi pendirian pabrik disisi Timur Jalan AW Soemarmo apalagi hingga mendekati area RSUD. Kebijakan ini didasarkan karena proses produksi knalpot menimbulkan kebisingan yang dapat mengganggu kenyamanan pasien yang dirawat di RSUD.



Gambar 1. Sebaran Industri Knalpot

Jika diklasifikasikan berdasarkan tahun pendirian, Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon ini dapat dikelompokkan menjadi 4 (empat) perodesasi yaitu tahap I pada tahun 1970 sampai dengan 1980, tahap II pada tahun 1980 sampai dengan 1990, tahap III pada tahun 1990 sampai dengan 2000 dan tahap IV pada tahun 2000 sampai dengan 2010. Tahun 2010 ke atas tidak dimasukkan dalam perodesasi karena terhitung tahun 2010 hingga tahun 2015 ini sebagaimana hasil lapangan tidak menunjukkan adanya pembangunan industri baru termasuk

dibawah tahun 1970 tidak dimasukkan dalam klasifikasi karena belum ada industri knalpot di Kelurahan Kembaran Kulon yang sudah dibangun atau didirikan.

Tahap I pertumbuhan Industri Kembaran Kulon yang pada Gambar 1 disimbolkan dengan lingkaran berwarna biru mutlak mendekati jalan atau persis dipinggir jalan. Lokasi ini dipilih karena dengan keberadaannya dipinggir jalan memudahkan pengangkutan bahan baku dan juga distribusi termasuk promosi konvensional yang dilakukan. Pemilihan lokasi dipinggir jalan tersebut dirasakan oleh pelaku usaha sangat memberikan dampak terhadap perkembangan industri yang ada. Tahap II pertumbuhan Industri Kembaran Kulon sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1 disimbolkan dengan lingkaran berwarna kuning juga masih dipinggir jalan walaupun mengambil lokasi yang berbeda dan cenderung menjauh dari Jalan Arteri yaitu Jalan AW Soemarmo. Dasar pemilihan lokasi ini juga cenderung sama dengan alasan pada pendirian lokasi tahap I.

Tahap III pertumbuhan Industri Kembaran Kulon yang pada Gambar 1 disimbolkan dengan lingkaran berwarna ungu terlihat dengan jelas bahwa arah distribusinya sudah semakin menyebar dan tidak bertumpu pada lokasi yang berdekatan dengan jalan raya. Hal ini juga didorong karena munculnya krisis moneter pada rentang tahun 1996 sampai dengan 1998 sehingga para karyawan yang di PHK mendirikan usaha secara mandiri dengan lokasi langsung ditempat tinggal masing-masing. Tahap III ini juga merupakan pertumbuhan industri paling masif diantara periodesasi lainnya.

Tahap IV pertumbuhan Industri Kembaran Kulon sebagaimana tertera pada Gambar 1 disimbolkan dengan lingkaran berwarna merah. Pola distribusi pada tahap ini hampir menyerupai tahap III yaitu pemilihan lokasi yang tidak hanya bertumpu pada kedekatan dengan Jalan Raya. Walaupun tidak dapat dipungkiri masih ada, tetapi pendirian lokasi yang

masuk juga banyak menjauh dari arah jalan raya. Lokasi ini berkelompok di sisi barat daya Kelurahan Kembaran Kulon.

Ditinjau dari keempat tahap pembangunan tersebut, Industri yang berkembang pesat didominasi pada tahapan ketiga yaitu periode 1990-2000 yang tidak berada dipinggir jalan besar, bahkan secara keseluruhan menurut hasil lapangan yang dilakukan bahwa industri knalpot yang ada dan berukuran besar dengan nilai aset dan produksi tinggi berada menjauh dari jalan besar. Artinya jarak dengan jalan raya tidak berpengaruh terhadap perkembangan industri. Hal ini disebabkan karena adanya mekanisme promosi yang tidak hanya mengandalkan cara konvensional melalui pada nama di depan industri knalpot yang berada di pinggir jalan tetapi menggunakan teknologi internet sebagai media promosi yang efektif bahkan hingga membawa produk knalpot ke mancanegara.

Berdasarkan ulasan tentang Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon dan fasilitas penunjang pengembangan OVOP diatas selanjutnya akan dibahas secara lebih mendetail terkait dengan Indikator Kekuatan Pelaku Usaha, Indikator Kekuatan Dukungan Pemerintah, Indikator Kekuatan Dukungan Masyarakat sebagai berikut:

Indikator Kekuatan Pelaku Usaha

Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon meskipun sebuah produk kerajinan tangan tetapi memiliki jangkauan pasar tidak hanya lokal Purbalingga maupun pasar nasional saja seperti daerah-daerah di Pulau Jawa (Jakarta, Bandung, Pekalongan, Tegal, Purwokerto, Semarang, Surakarta, Surabaya dll), Sumatera, Batam, Kalimantan dan Lombok tetapi juga mampu menjangkau pasar internasional. Padahal jika ditinjau dari kualitas sumberdaya manusia (SDM) yang dimiliki Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon mayoritas tidak memiliki pendidikan khusus, karena sebagian besar

pengrajin berpendidikan rendah rentang SD-SMP serta sedikit yang lulus hingga jenjang pendidikan Sekolah Menengah Atas atau Sekolah Menengah Kejuruan (SMA/SMK). Namun yang menjadikan parameter kedua yaitu keterampilan sumber daya manusia memenuhi kriteria adalah karena adanya diversifikasi spesifikasi pekerjaan dan mengarah pada keahlian atau keterampilan khusus seperti pembongkaran drum awal menjadi lembaran yang semula berupa tabung drum, pemotongan menjadi bagian yang lebih kecil untuk peruntukan tertentu, pembentukan rangka knalpot, pengelasan dengan argon (*Tungsten Inert Gas Welding*) pada setiap sambungan, pemasangan peredam suara / *glasswool* pada bagian dalam knalpot, pengecatan (*chrom*) hingga tahap penyelesaian (*finishing*) dan pengemasan knalpot.

Hasil wawancara di lapangan juga mengungkapkan bahwa proses produksi kerajinan knalpot ini dilakukan dari pagi hingga sore hari dengan rata-rata setiap harinya dimulai, pukul 08.00-16.00 atau sekitar 8 jam kerja dengan produktifitasnya rata-rata dalam sebulan dengan rasio 2 : 3 artinya untuk kategori mobil 20 buah/pekerja/bulan dan untuk pengerjaan sepeda motor 30 buah/pekerja/bulan. Sehubungan dengan peningkatan kualitas dan kuantitas industri kerajinan knalpot terdapat himpunan pengusaha knalpot yang memiliki fungsi sebagai tempat untuk berbagi informasi terkait dengan pasar tujuan termasuk pembagian pengerjaan knalpot ketika ada pesanan dengan jumlah yang banyak kepada salah satu anggota maka anggota lain akan saling membantu dengan perjanjian pembagian keuntungan tertentu, selain itu himpunan ini juga menetapkan standar harga untuk tipe-tipe knalpot agar meminimalisasi adanya penjualan dengan harga yang jauh dari standar pasaran.

Dalam rangka perluasan pasar, industri komponen otomotif knalpot selain melalui media cetak baik itu koran ataupun selebaran produk, para pengrajin knalpot

juga menggunakan internet sebagai promosi produk baik itu melalui *website*, media sosial *facebook*, *microblogging twitter* dan *Blackberry Messenger (BBM)* sehingga pemasaran produk mampu menjangkau pasar domestik Indonesia sebagaimana tertera pada gambar 2 serta ke beberapa dan mancanegara seperti Jepang, Singapura, Malaysia hingga negara-negara di Benua Eropa.



Gambar 2 Peta Pemasaran Knalpot

Indikator Kekuatan Dukungan Pemerintah

Kelurahan Kembaran Kulon, sebagaimana penuturan para pengusaha memiliki lembaga promosi berupa koperasi bersama untuk membantu usaha kerajinan knalpot dan ada pendampingan secara intensif dari Pemerintah Kabupaten Purbalingga dengan perwujudan koperasi dan prakarsa pendirian paguyuban, serta melalui UPTD Logam Purbalingga tetapi secara bertahap keanggotaannya berkurang seiring dengan kemajuan usaha masing-masing. Sehingga pada parameter ke lima ini yaitu keberadaan lembaga promosi dan pengembangan ini hanya 21 (dua puluh satu) pengusaha yang terlibat aktif dari hasil survei lapangan yang dilakukan Januari hingga Februari 2015 ini Promosi yang dilakukan oleh pemerintah dilakukan oleh UPTD Logam Purbalingga melalui pemasaran dengan korporasi besar merk mobil dan sepeda motor.

Berdasarkan hasil lapangan diperoleh informasi dari pemilik usaha knalpot yang menjadi sasaran penelitian

bahwa kemudahan yang didapat oleh para pemilik usaha terkait dengan akses permodalan yang bersumber dari bank ataupun Kredit Usaha rakyat (KUR) yang diprogramkan oleh pemerintah karena yang bersangkutan menunjukkan profil usaha (*company profil*) dan catatan keuangan usaha. Hal inilah yang membuat pihak pemberi pinjaman modal memberikan kepercayaan terkait dengan pinjaman modal. Selain itu, kemudahan ditunjang juga dengan bergabungnya para pengusaha dengan koperasi bersama yang dapat membantu kebutuhan permodalan, sehingga menjadikan parameter OVOP pada sektor ini memperoleh aspek keterpenuhan parameter yang relatif tinggi yaitu pemilik usaha merasakan kemudahan akses baik itu melalui perbankan ataupun kredit usaha rakyat (KUR).

Ditinjau dari parameter lain yaitu pembangunan berkelanjutan yang mengacu pada tiga sektor yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Secara ekonomi dengan menekuni usaha kerajinan knalpot, para pengusaha knalpot menuturkan memperoleh penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari (subsisten). Kemudian secara ekologi untuk limbah produksi knalpot atau dikenal dengan sebutan *rongsokan* sudah ada jaringan pengepul setiap bulannya secara rutin dan berlangganan sehingga menjadi penghasilan tambahan tersendiri bagi para pengrajin dan secara sosial para pengrajin yang menekuni usaha knalpot ini sebagian besar tetap dapat aktif dalam kegiatan kemasyarakatan seperti pengajian rutin warga, ronda malam, kerja bakti, paguyuban lelayon, pengurus masjid, pengurus RT dan menjadi penggerak kegiatan masyarakat lainnya bahkan juga merangkap donatur pendanaan kegiatan.

Konteks pembangunan berkelanjutan ini juga diperkuat dengan adanya kepemilikan industri knalpot secara keseluruhan adalah milik masyarakat lokal tidak ada kepemilikan yang berasal dari luar daerah atau luar negeri. Hal ini dapat terjadi karena proteksi dari pelaku industri

yang bertekad bahwa produk knalpot adalah dari masyarakat, oleh masyarakat dan untuk semua. Karenanya yang menjadi titik tekan adalah bagaimana produk dapat dirasakan oleh masyarakat luas baik itu lokalitas Purbalingga, domestik dalam negeri dan mancanegara.

Pemerintah Kabupaten Purbalingga memberikan fasilitas para pengusaha dengan mempertemukan dengan para investor bahkan seringkali investor datang dengan sendirinya menemui pengusaha. Sebagian besar pengusaha menuturkan bahwa beberapa kali dikumpulkan oleh pihak kelurahan untuk bertemu dengan para investor, di Kantor Kecamatan bahkan di Kantor Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu (KPMPT) Kabupaten Purbalingga untuk bertemu dengan para investor. Selain itu juga pemerintah memberikan perlindungan melalui regulasi dan kemudahan perizinan pendirian usaha industri knalpot dengan pelayanan satu pintu (*one stop service*) yang dengannya pelayanan perizinan dimulai dari penerimaan berkas permohonan, pemrosesan sampai dengan penandatanganan dokumen izin ditangani oleh KPMPT bahkan permohonan perizinan untuk usaha industri di KPMPT Kabupaten Purbalingga hanya membutuhkan waktu tiga hari untuk berlaku selama lima tahun sejak penerbitan surat izin usaha industri dan sesudahnya dapat diperpanjang kembali untuk periode selanjutnya.

Indikator Kekuatan Dukungan Masyarakat

Dukungan dari masyarakat Kelurahan Kembaran Kulon untuk kemajuan industri knalpot berupa penyediaan tenaga kerja dari masyarakat sekitar yang merupakan hubungan saling menguntungkan. Meskipun proses produksi knalpot menghasilkan suara yang sangat bising seluruh pengusaha menuturkan bahwa masyarakat menyadari konsekuensi yang harus diterima tinggal di

kawasan industri knalpot sehingga tidak merasakan keberatan untuk komplain atas kebisingan suara tersebut dan sekaligus menunjukkan dukungan yang kuat dari masyarakat. Kaitannya dengan Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon, tokoh masyarakat/ pejabat setempat berdasarkan penuturan dari responden sangat mendukung keberadaan produk knalpot ini. Contoh konkretnya adalah kunjungan pejabat baru atau yang baru dimutasi dari daerah lain ke Kabupaten Purbalingga seperti pejabat di lingkungan Kepolisian Resort (Polres) Purbalingga, Kejaksaan Negeri Purbalingga, Komando Distrik Militer (Kodim) TNI AD Purbalingga menggunakan dan membeli produk knalpot.

Derajat Kesiapan

Derajat kesiapan OVOP dinilai dari aspek pemenuhan tiga indikator yang kemudian dijabarkan menjadi sepuluh parameter yang ada. Ketika seluruh aspek dapat dipenuhi maka dapat dikatakan suatu daerah memiliki kesiapan yang optimal yang diklasifikasikan menjadi 3 indikator yaitu:

Tabel Pengukuran Kesiapan OVOP

No	Parameter	Ketersediaan		Ketercapaian (%)
		Ya	Tidak	
1	Keunikan Produk	41	0	100
2	Keterampilan SDM	35	6	85,37
3	Kerjasama Pemerintah, Swasta dan Masyarakat	22	19	53,66
4	Penggunaan teknologi dalam Produksi dan Pemasaran	34	7	82,92
5	Lembaga promosi dan pengembangan	21	20	51,22
6	Akses Permodalan	38	3	92,68
7	Pembangunan berkelanjutan	35	6	85,37
8	Pemerintah memprioritaskan UKM	37	4	90,24
9	Dukungan masyarakat	41	0	100
10	Dukungan moral tokoh masyarakat	41	0	100
	Subtotal	345	65	84,14
	Total		410	

Sumber: Data Hasil Lapangan, 2015

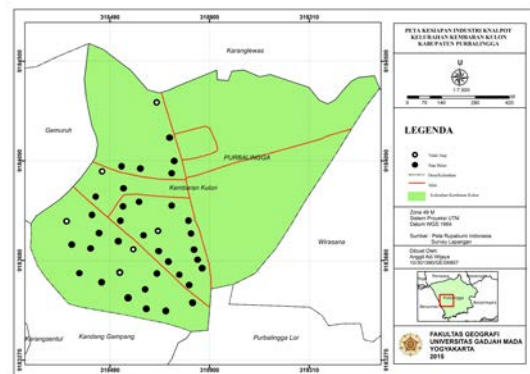
Dengan pencapaian indikator masing-masing untuk kekuatan pelaku usaha sebesar 80,48 %, indikator dukungan pemerintah sebesar 79,87 % dan indikator dukungan masyarakat 100%, sehingga secara terperinci dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Kesiapan OVOP Kelurahan Kembaran Kulon} &= (N_x \div N_t) \times 100\% \\
 &= (345 \div 410) \times 100\% \\
 &= 84,14 \%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan unit Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon yang ada

sebagaimana data yang diperoleh di lapangan pada periode penelitian Bulan Januari hingga Februari 2015 ditemukan bahwa sebanyak 35 (tiga puluh lima) unit industri memenuhi aspek kesiapan dari 10 parameter OVOP yang ada, dan selebihnya 6 unit industri tidak memenuhi aspek kesiapan berdasarkan parameter OVOP.

Gambar 3 menunjukkan bahwa aspek terpenuhinya parameter OVOP unit industri knalpot tidak mutlak dipengaruhi oleh jarak lokasi industri dengan jalan raya. Sebanyak 35 unit industri knalpot yang dinyatakan siap berdasarkan pengukuran 10 parameter OVOP tersebar merata baik yang dipinggir jalan raya ataupun menjauh dari jalan raya termasuk 6 unit industri yang tidak memenuhi syarat (tidak siap) berdasarkan parameter OVOP juga tersebar di sepanjang jalan raya dan menjauh dari jalan raya. Tiga unit industri diantaranya berada tepat dipinggir jalan dan tiga unit industri yang lainnya berada menjauh dari jalan.



Gambar 3. Peta Kesiapan Industri Knalpot

Berdasarkan temuan tersebut menunjukkan bahwa lokasi tidak terpengaruh signifikan terhadap kesiapan unit industri untuk mendukung OVOP. Faktor kekuatan pelaku usaha, dukungan pemerintah dan dukungan masyarakat lebih menentukan perkembangan Industri (parametris) daripada faktor lokasi itu sendiri. Dengan demikian semakin menguatkan data tentang kesiapan Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon sebagai *One Village One Product (OVOP)*

di Kabupaten Purbalingga Propinsi Jawa Tengah.

Analisis dan Strategi Pengembangan Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon sebagai *One Village One Product (OVOP)*

Ditinjau dari aspek pelaku usaha, keunggulan lain industri knalpot ini adalah kepemilikan aset Industri Knalpot Kelurahan Kembaran secara total dimiliki masyarakat lokal sehingga menjadikan produk unggulan lokal ini semakin kuat sedangkan ditinjau dari aspek indikator dukungan pemerintah pada parameter ini adanya regulasi yang membuat iklim investasi semakin kondusif di Purbalingga menunjukkan adanya dukungan pemerintah pada dunia usaha termasuk dalam hal pendampingan keterampilan para pelaku usaha. Namun titik lemah pada parameter ini adalah pada keberadaan lembaga promosi dan pengembangan yang baru mencapai 51,22 % dari total keterlibatan seluruh pemilik usaha Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon. Langkah yang dapat ditempuh untuk optimalisasi indikator dukungan pemerintah ini adalah dengan melibatkan aktif seluruh pihak dalam pembangunan dan pengembangan lembaga promosi khusus kerajinan knalpot ini agar pasar yang sudah ada dapat dioptimalkan sekaligus membuka pasar yang lebih luas baik itu skala lokal, nasional maupun global sehingga meningkatkan *regional brand* Kelurahan Kembaran Kulon secara khusus dan Kabupaten Purbalingga secara umum sebagai sentra produksi knalpot lokal berkualitas global.

Indikator kekuatan dukungan masyarakat ini berdasarkan pengukuran yang telah dilakukan tidak mengalami kendala karena dukungan 100% berdasarkan hasil temuan di lapangan sebagaimana telah diulas sebelumnya. Hal yang perlu dilakukan adalah menjaga agar dukungan masyarakat dan tokoh

masyarakat dapat tetap terjaga dengan menjaga kualitas produk dan hubungan yang baik dengan masyarakat dan juga dengan tokoh masyarakat.

Berdasarkan paparan diatas maka dapat dihimpun faktor internal dan eksternal berdasarkan sepuluh parameter OVOP sebagaimana tertera pada gambar 21 sebagai berikut:

KEKUATAN	KELEMAHAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kekuatan karena dibantu dengan tenaga konvensional 2. Keterampilan sumberdaya manusia yang baik 3. Penggunaan teknologi pemasaran yang baik 4. Akses permodalan yang mudah 5. Konsep pengembangan berkelanjutan 6. Dukungan kebijakan pemerintah pro UKM 7. Dukungan masyarakat dan tokoh masyarakat yang optimal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan teknologi produksi sebagian besar menggunakan teknologi yang konvensional 2. Minimnya lembaga promosi dan pengembangan produk sehingga perlu adanya penguatan lembaga yang sudah ada atau pembangunan baru 3. Kerjasama yang masih lemah antar pengrajin, masyarakat dan pemerintah dalam pengembangan produk
PELUANG	ANCAMAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aglomerasi industri knalpot 2. Perluasan pasar agar jangkauan produk yang sudah dikenal hingga ke mancanegara makin luas cakupannya. 3. Merupakan bisnis secara turun temurun sehingga <i>transfer of knowledge and value</i> menjadi lebih mudah dan berbiaya ringan dalam pengembangan usaha 4. Kepemilikan aset dimiliki secara total oleh masyarakat lokal Kelurahan Kembaran Kulon 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak adanya <i>labeling</i> produk sehingga menghambat proses promosi Terbukanya pasar bebas akan mengancam atau mengganggu pemasaran produk secara khusus yang akan berdampak pada aktivitas industri secara lebih luas 2. <i>Quality control</i> yang masih tergantung pada UFTD Logam Purbalingga padahal butuh perlu dibangun kemandirian agar perkembangan industri knalpot semakin optimal 3. Pendidikan para pekerja yang relatif rendah rentang SD-SMP perlu didorong agar mampu memacu inovasi yang lebih optimal

Matrik 1. Analisis SWOT Industri Knalpot

Berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada, maka dapat disusun strategi pengembangan *One Village One Product (OVOP)* di Kelurahan Kembaran Kulon, Kecamatan Purbalingga, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah adalah sebagai berikut :

Strategi pertama adalah menekankan pada optimalisasi kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Artinya dalam hal kekuatan pokok Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon dengan memiliki keunikan sebagai produk komponen otomotif yang merupakan produk kerajinan tangan serta didukung keterampilan sumberdaya manusia yang baik ditandai dengan tingkat inovasi dan produktifitas yang tinggi dengan rata-rata 20 s.d. 30 buah/pekerja/bulan. Selain itu keunggulan ini juga didukung dengan adanya penggunaan teknologi pemasaran yang baik melalui internet dan media cetak serta akses permodalan yang mudah oleh

pelaku usaha termasuk fasilitas fisik dan non fisik lainnya yang mendukung.

Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan yaitu secara ekonomi, sosial dan ekologi ini merupakan gambaran industri yang menarik hari ini dan nanti. Sehingga dengan adanya dukungan kebijakan pemerintah pro UKM dengan adanya regulasi dan juga peran serta dukungan masyarakat dan tokoh masyarakat yang memudahkan pendirian ataupun pengembangan usaha.

Kekuatan tersebut dapat ditingkatkan pula ketika Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon mampu menangkap peluang yang ada dengan melakukan aglomerasi industri knalpot sebagai kunci pengembangan dengan koordinasi yang kuat antar pelaku usaha sehingga berjalan secara komunal ataupun dengan melakukan perluasan pasar agar jangkauan produk yang sudah dikenal hingga ke mancanegara makin luas cakupannya. Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon ini merupakan bisnis secara turun temurun sehingga *transfer of knowledge and value* menjadi lebih mudah dan berbiaya ringan dalam pengembangan usaha dan juga dengan kepemilikan aset dimiliki secara total oleh masyarakat lokal Kelurahan Kembaran Kulon sehingga potensi peningkatan kesejahteraan dapat langsung dirasakan masyarakat lokal. Keunggulan tersebut akan lebih optimal ketika *stakeholder* mampu menangkap peluang dengan mengajukan hak paten Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon.

Strategi kedua ini menekankan pada minimalisasi kelemahan serta menghindari ancaman. Artinya kelemahan yang ada pada Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon yaitu dengan penggunaan teknologi produksi sebageian besar menggunakan teknologi yang konvensional. Dengan minimalnya lembaga promosi dan pengembangan produk sehingga perlu adanya penguatan lembaga yang sudah ada atau pembangunan baru dengan melakukan

kerjasama yang masih lemah antar pengrajin, masyarakat dan pemerintah dalam pengembangan produk.

Masuknya episode pasar bebas mengharuskan adanya kesiapan baik dari sektor yaitu pertama, pelaku usaha salah satunya pendidikan para pekerja yang relatif rendah rentang SD-SMP perlu didorong agar mampu memacu inovasi yang lebih optimal sehingga ketika SDM yang ada memadai *Quality control* yang masih tergantung pada UPTD Logam Purbalingga padahal bertahap perlu dibangun kemandirian agar perkembangan industri knalpot semakin optimal karena itulah diperlukan adanya sertifikasi pengrajin knalpot.

Kedua, dukungan masyarakat dan ketiga dukungan pemerintah demi berjalannya pemasaran produk secara khusus yang akan berdampak pada aktivitas industri secara lebih luas. Strategi S-T diminimalkan bahkan bila perlu dihilangkan sama sekali. Karena pada dasarnya pengembangan bidang usaha apapun termasuk dalam hal ini industri knalpot adalah mengoptimalkan kekuatan dengan menangkap peluang dan meminimalisasi kelemahan dengan menghindari ancaman yang ada.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian tentang Analisis Kesiapan Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon sebagai *One Village One Product (OVOP)* di Kabupaten Purbalingga Provinsi Jawa Tengah adalah :

1. tingkat kesiapan Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon berdasarkan parameter *One Village One Product (OVOP)* adalah sebesar 84,14 %
2. strategi pengembangan Industri Knalpot Kelurahan Kembaran Kulon sebagai *One Village One Product (OVOP)* di Kabupaten Purbalingga berdasarkan analisis SWOT adalah dengan membentuk dan

mengembangkan lembaga promosi dan pengembangan khusus OVOP knalpot dan meningkatkan kerjasama antara pemerintah, swasta dan masyarakat dalam pengembangan dan promosi produk serta pengajuan hak paten atas produk serta sertifikasi pengrajin.

DAFTAR PUSTAKA

- Baiquni, M. (2004). *Buku Ajar : Manajemen Strategis*. Yogyakarta : Program Studi Kajian Pariwisata Sekolah Pascasarjana UGM
- Badan Pusat Statistik. (2011). *Data PDRB Indonesia perkapita Kabupaten*. Jakarta : BPS
- Chistanto, Joko. (2011). *Membangun Daya Saing Daerah melalui Penciptaan Kompetensi Inti Daerah*. Yogyakarta : deePublish
- Chumaira, Chira. (2010). Peningkatan Daya Saing Nasional: Satu Kabupaten Satu Kompetensi Inti (Sakasakti) melalui Kewirausahaan Pemerintah. *Jurnal UI Untuk Bangsa Seri Sosial dan Humaniora*, Volume 1 Desember 2010, hal 15-25
- Disperindagkop. (2014). *Profil Industri Knalpot Kabupaten Purbalingga*. Purbalingga : Dinas Perdagangan Perindustrian dan Koperasi
- Kadariah. (1985). *Ekonomi Perencanaan*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI
- KPMPT. (2011). *Peluang dan Potensi Investasi Kabupaten Purbalingga*. Purbalingga : Kantor Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu
- Kurokawa, Kyoto. (2010). *Challenges for the OVOP movement in Sub-Saharan Africa -Insights from Malawi, Japan and Thailand*. London : Overseas Development Institute.
- Shakya, Ganesh. (2011). *Understanding One Village One Product in Japan, Thailand and Nepal*. Kathmandu : Japan International Cooperation Agency (JICA) Nepal Office
- Sutikno dan Maryunani. (2007). Analisis Potensi Dan Daya Saing Kecamatan Sebagai Pusat Pertumbuhan Satuan Wilayah Pengembangan (SWP) Kabupaten Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, Vol.1 No.1 Oktober 2007, hal 1-17
- United Nations Industrial Development Organization. (2008). *The One-Village-One-Product (OVOP) movement: What it is, how it has been replicated, and recommendations for a UNIDO OVOP-type project*. Vienna : Vienna International Centre