

**KERJASAMA INDONESIA-KOREA SELATAN DALAM MENDUKUNG
PROGRAM *ONE VILLAGE ONE PRODUCT* (OVOP)
DI INDONESIA 2013-2015**

Oleh :

Era Riana¹

(erariana123@gmail.com)

Pembimbing: Dra. Den Yealta, M.Phill

Bibliografi : 21 Jurnal, 16 Buku, 12 Media Online

Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya JL. HR Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28294
Telp/Fax. 0761-63277

Abstraksi

The research aimed to study Indonesia-South Korea Cooperation in Conducting One Village One Product (OVOP) in 2013 to 2015. One Village One Product, the program is one of nation building.

The research method used a qualitative and descriptive as a technique of research. Writer collected data from books, encyclopedia, journal, mass media, and websites to analyze "Indonesia-South Korea Cooperation in Conducting One Village One Product (OVOP) in 2013 to 2015". The theories applied in this research are liberalism perspective and the decision making theory by Doughrety James and Pgaltzgrraff about Internasional Relations.

Finally, Indonesia-South Korea cooperate in conducting One Village One Product (ovop) for economic relation and politic interest.

Key words: *One village One Product (ovop), national building.*

¹ Mahasiwi Hubungan Internasional Angkatan 2011

Pendahuluan

Pendekatan One Village One Product (OVOP) mulai dikembangkan oleh Morihiko Hiramatsu, seorang mantan pejabat MITI yang terpilih menjadi Gubernur Oita pada tahun 1979. Masa jabatannya di Oita selama 6 periode (1979-2003) digunakan dengan sebaik-baiknya untuk 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.²

Pendekatan OVOP merupakan upaya untuk mengurangi gap kegiatan pembangunan di kota dan pedesaan dengan mengembangkan ekonomi rakyat berbasis potensi local, mengembangkan produk yang mampu bersaing di pasar global dengan tetap menekankan pada nilai tambah lokal dan mendorong semangat menciptakan kemandirian masyarakat.³ Pada awalnya One Village One Product (OVOP) dicanangkan sebagai kebijakan dalam rangka mengatasi masalah depopulasi yang disebabkan generasi muda yang meninggalkan daerah asalnya dan menyebabkan lesunya industri setempat. Selain itu, konsepsi yang ditekankan dalam

program ini, bahwa yang penting bukan hanya kemakmuran dari segi ekonomi (Gros National Product), tetapi juga kepuasan batin (Gros National Satisfaction) masyarakat setempat.

Pendekatan One Village One Product (OVOP) sejak tahun 2006 mulai dipelajari dan diadopsi oleh berbagai negara, khususnya di Asia. One Village One Product (OVOP) diterapkan pada umumnya untuk menyelesaikan permasalahan kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi antara desa dan kota di negara-negara Asia. Selain itu, One Village One Product (OVOP) juga mulai dipelajari oleh negara-negara di Afrika terutama sebagai salah satu solusi bagi daerah-daerah miskin yang masih sangat bergantung pada pemerintah pusatnya. Pada bagian ini dipaparkan mengenai penerapan One Village One Product (OVOP) di negara-negara Asia yang telah dimulai lebih dulu dibandingkan dengan OVOP di Indonesia. Negara-negara yang mengadopsi One Village One Product (OVOP) di Asia diantaranya adalah Thailand (One Tambon One Product), Taiwan (One Town One Product), Malaysia (Satu Distrik Satu Industri), Filipina (One Town One Product), dan Kamboja (One Village One Product).⁴ Product), dan Kamboja (One Village One Product).⁵

² Blueprint ovop

³ Badrudin, Rudy. (2011). *Model Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah dengan One Village One Product Untuk Mengurangi Kemiskinan di Indonesia*, prosiding, ISBN 978 602 9018 66 00, 2012.

⁴ [http://www.smeccda.com/Buku_Sorotan/2-BISNIS % 20 KOPERASI/ 2- OTOP/ OTOP% 20 komplikasi- executive. pdf](http://www.smeccda.com/Buku_Sorotan/2-BISNIS%20KOPERASI/2-OTOP/OTOP%20komplikasi-executive.pdf)

⁵ [http://www.smeccda.com/Buku_Sorotan/2-BISNIS % 20 KOPERASI/ 2- OTOP/ OTOP% 20 komplikasi- executive. pdf](http://www.smeccda.com/Buku_Sorotan/2-BISNIS%20KOPERASI/2-OTOP/OTOP%20komplikasi-executive.pdf)

Indonesia kaya akan berbagai sumber daya alam. Potensi kekayaan sumber daya alam tersebut sangat terkait dengan keadaan fisik alam Indonesia yang memungkinkan terbentuknya beraneka ragam sumber daya alam. Iklim dan kondisi bentuk muka bumi yang beragam memberikan kemungkinan keragaman sumber daya alam yang ada di Indonesia.

Kekayaan sumber daya alam Indonesia pada kenyataannya tidak tersebar merata. Ada wilayah yang sangat kaya akan sumber daya alam, ada juga yang sebaliknya. Setiap wilayah memiliki kekayaan alamnya sendiri yang tidak dimiliki oleh wilayah lainnya. Sebagian dari kekayaan alam tersebut dimanfaatkan sehingga memberikan dampak yang optimal bagi kesejahteraan penduduk.

Melihat kondisi Indonesia yang memiliki kekayaan di setiap wilayahnya maka pemerintah menjalankan sebuah gerakan yang bernama "One Village One Product" (OVOP). Pendekatan One Village One Product (OVOP) di Indonesia tidak jauh berbeda dengan apa yang telah dilakukan di Jepang. Implementasi One Village One Product (OVOP) di negara kita mengikuti suatu konsep program membangun suatu regional, mungkin bisa tingkat desa, kecamatan, kota dan selanjutnya memilih satu produk utama yang dihasilkan dari kreativitas masyarakat desa.⁶

Pendekatan One Village One Product (OVOP) juga menggunakan

⁶ Sugiharto, (2008), Gerakan OVOP Sebagai Upaya Peningkatan Pembangunan Daerah. Jakarta: Benchmark.

sumberdaya lokal, memiliki kearifan lokal dan bernilai tambah tinggi. Produk-produk yang dipilih menjadi Gerakan One Village One Product (OVOP) tidak hanya dalam bentuk tangible product, tetapi juga dalam wujud intangible product, misalnya produk-produk budaya dan kesenian khas daerah yang memiliki nilai jual tinggi secara global.

Gerakan One Village One Product (OVOP) di Indonesia telah menjadi prioritas pembangunan nasional. pengembangan Hal ini didukung dengan ditetapkannya Inpres No. 5 Tahun 2008 tentang Fokus Program Ekonomi Tahun 2008-2009 sebagai kelanjutan dari Inpres No. 6 Tahun 2007 Tentang Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Inpres tersebut ditujukan untuk mendorong efektifitas pengembangan One Village One Product (OVOP). Sasaran Gerakan One Village One Product (OVOP) di Indonesia adalah berkembangnya produksi dan pasar. Melalui Inpres ini semua Kementerian, Gubernur dan Bupati/Walikota berkoordinasi dan secara bersama mensukseskan Gerakan One Village One Product (OVOP).

Korea Selatan merupakan salah satu mitra strategis yang penting bagi Indonesia. Hubungan dan kerja sama bilateral kedua negara meningkat tajam dalam dekade terakhir ini⁷ hubungan antar kedua negara ini berjalan dengan baik ditandai banyaknya kerjasama yang ditandai dengan penandatanganan MOU di

⁷ Kemenlu.go.id

berbagai bidang serta kunjungan yang dilakukan oleh kedua belah pihak dalam menjalin keselarasan hubungan.

Pada tanggal 10 Oktober 2013 kembali telah ditanda tangani memorandum saling pengertian antara Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia dan Korea Trade Investment Promotion Agency of Republic Korea tentang kerjasama dalam mendukung Program *One Village One Product (OVOP)*. Melihat potensi serta kemungkinan dalam mendukung program *One Village One Product (OVOP)* di Indonesia maka Korea melalui perusahaannya akan mendukung dalam mempromosikan hasil produk untuk bersaing di pasar internasional.

Pembahasan

Fenomena saling ketergantungan antar negara dan saling keterkaitan antar masalah memang telah terlihat dalam interaksi hubungan internasional. Hal ini tercermin dari pembentukan kelompok kerja sama regional baik berlandaskan kedekatan geografis maupun fungsional yang semakin meluas. Sehingga integrasi ekonomi regional dan bahkan integrasi ekonomi global merupakan fenomena yang diterima sebagai bentuk kerjasama internasional bagi setiap negara bangsa. Kerjasama dapat terjadi dalam konteks yang berbeda, namun kebanyakan interaksi kerja sama terjadi secara langsung di antara dua negara yang menghadapi masalah atau hal

tertentu yang mengandung kepentingan bersama.⁸

Hubungan bilateral antara Indonesia dan Republik Korea (Korea Selatan) terbentuk sejak terjalinnya pembukaan diplomatik kedua negara yang terjadi pada tahun 1966 yang dan terus mengalami perkembangan dan peningkatan dalam berbagai bidang.⁹ Sejak hubungan bilateral dibuka pada tahun 1966 hubungan kedua selalu berjalan di segala bidang dan hampir tidak ada masalah yang berarti. Selain menjaga hubungan baik pada tingkat bilateral, kedua negara juga menjalin kegiatan saling memberikan dukungan pada berbagai forum regional maupun internasional. Dalam konteks hubungan bilateral, Indonesia dan Korea Selatan berada dalam posisi yang saling melengkapi, yakni kedua negara tersebut berpotensi untuk mengisi satu sama lain. Tercermin dalam kondisi masing-masing negara yang masih membutuhkan negara lainnya untuk melengkapi kebutuhan dalam negerinya. Di satu pihak, Indonesia memerlukan modal/investasi, teknologi dan produk-produk teknologi. Di lain pihak, Korea Selatan memerlukan sumber alam/mineral, tenaga kerja dan pasar Indonesia yang besar.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori Kerjasama Internasional, yang dikemukakan oleh Doughrety James dan Pgaltzgraff dalam bukunya *Contending Theories of International*

⁸ K. J. Holsti, *Politik Internasional : Kerangka Untuk Analisis (jilid 2)* (Jakarta: Erlangga, 1983), hal. 209-211.

⁹ Deplu.go.id

Relations yakni:¹⁰ *Kerjasama Internasional terbentuk karena kehidupan internasional meliputi berbagai bidang seperti ideology, politik, ekonomi, social budaya, lingkungan hidup dan pertahanan keamanan. Berbagai masalah tersebut telah membawa negara-negara didunia untuk membentuk suatu kerjasama internasional*

Dimana kerjasama internasional saat ini seolah-oleh harus dilakukan karena lahirnya asumsi bahwa setiap negara tidak akan mampu berdiri sendiri dan mencukupi kebutuhan nasionalnya secara mandiri. Oleh karena itu dibutuhkan kerjasama dengan negara lain, agar kebutuhan suatu negara yang tidak dapat dipenuhi sendiri, mendapat bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dari terbinanya kerjasama tersebut.

Menurut K.J Holsti, proses kerjasama internasional dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Pandangan bahwa dua atau lebih kepentingan, nilai atau tujuan saling bertemu dan dapat menghasilkan sesuatu, dipromosikan atau dipenuhi oleh semua pihak sekaligus.
2. Pandangan atau harapan dari suatu negara bahwa kebijakan yang diputuskan oleh suatu negara lainnya akan membantu negara itu untuk mencapai kepentingan dan nilai-nilaya.
3. Persetujuan atau masalah-masalah tersebut antara dua negara atau lebih dalam

rangka memanfaatkan persamaan kepentingan atau benturan kepentingan.

4. Aturan resmi atau tidak resmi mengenai transaksi dimasa depan yang dilakukan untuk melaksanakan persetujuan.
5. Transaksi antar negara untuk memenuhi persetujuan mereka.

Kerangka pemahaman Holsti dijelaskan bahwa terbentuknya suatu kerja sama dengan pemerintah saling mendekati dengan penyelesaian yang diusulkan atau membahas masalah, mengemukakan bukti-bukti teknis untuk menyetujui satu penyelesaian atau lainnya dan mengakhiri perundingan dengan perjanjian atau pengertian tertentu yang memuaskan kedua belah pihak.¹¹

Pendapat Holsti diatas memberikam batasan konsepsi yang jelas antara dua bentuk interaksi dalam hubungan internasional, yaitu konflik dan kerja sama. Apabila dalam menghadapi satu kasus atau lebih pihak-pihak terlibat gagal mencapai kesepakatan, maka interaksi antar actor tersebut berujung pada konflik, namun apabila pihak-pihak yang terlibat berhasil mencapai suatu kesepakatan bersa a, maa interaksi antar actor tersebut menghasilkan suatu bentuk kerjasama.

Kerjasama dibentuk karena setiap negara memiliki tujuan masing-masing, oleh karena itu setiap negara merumuskan sebuah kebijakan yang menyangkut dengan

¹⁰ Dougherty, J.E & Pfaltzgraff. 1997. *Contending Theories of Internasional Relations*. New York : Lippincott, hlm 419

¹¹ K.J. Holsti. 1988. *Politik Internasional, Kerangka Unit Analisis, jilid II, Terjemahan M. Tahrir Azhari*. Jakarta: Erlangga Hal 209

kepentingan negara tersebut. Sebab atas dasar kepentingan nasional tersebut, sebuah negara akan merumuskan sebuah kebijakan.

Simpulan

Corporate Social Responsibility (CSR), sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

Dalam kerjasama Indonesia-Korea Selatan dalam mendukung program One Village One Product (ovop), Korea Selatan memberikan wadah dalam mendukung ovop di Indonesia dengan cara memberikan perusahaan Korea Selatan. Ini merupakan cara Korea Selatan dalam menjaga stabilitas perusahaan di Indonesia serta menunjukkan kepedulian nya terhadap masyarakat Indonesia.

REFERENSI

Badrudin, Rudy. (2011). *Model Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah dengan One Village One Product Untuk Mengurangi Kemiskinan di Indonesia*, prosiding, ISBN 978 602 9018 66 00, 2012

Sugiharto,(2008), *Gerakan OVOP Sebagai Upaya Peningkatan Pembangunan Daerah*. Jakarta: Benchmark.

K. J. Holsti, Politik Internasional : *Kerangka Untuk Analisis jilid 2*, Jakarta: Erlangga, 1983.

Dougherty, J.E & Pfaltzgraff. 1997. *Contending Theories of Internasional Relations*. New York : Lippincott