

PEMBERDAYAAN PKK MELALUI *ONE VILLAGE ONE PRODUCT* (OVOP) BERBASIS POTENSI LOKAL DESA KARANGNANGKA

Ely Triasih Rahayu¹, Hartati², Safrina Arifiani Felayati³, Fauzan Fadlullah⁴

^{1,2,3}Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto

⁴Universitas Negeri Jakarta, Jakarta

Email: ely.rahayu@unsoed.ac.id

ABSTRAK

Pemberdayaan PKK RW 04 Desa Karangnangka melalui One Village One Product (OVOP) menjadi konsep tim Pengabdian Kepada Masyarakat Unsoed. Konsep OVOP berperan sebagai peningkatan kualitas potensi perdesaan. Konsep OVOP akan mengimplementasikan 3 prinsip yaitu; 1) mengoptimalkan potensi lokal dalam menghasilkan suatu produk yang *only one and number one*, 2) pengembangan berdasarkan kemandirian, kreatifitas dan inovatif, 3) pengembangan SDM. Desa Karangnangka merupakan desa dengan mata pencaharian yang didominasi oleh bercocok tanam dan perikanan. Tujuan dari PKM ini adalah; 1) meningkatkan keterampilan dan kapasitas anggota PKK dalam pengembangan produk berbasis potensi lokal sebagai produk unggulan penciri OVOP, (2) pelatihan pemasaran secara online. PKM dilakukan dengan teknik PRA (Participatory Rural Appraisal) untuk mengidentifikasi permasalahan serta potensi desa yang dimiliki. Teknik PRA, merupakan metode yang berfokus pada pemberdayaan dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam setiap kegiatan. Metode yang digunakan adalah Participatory Rural Appraisal (PRA) yang menekankan identifikasi permasalahan dan potensi desa secara partisipatif sehingga masyarakat terlibat aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta terkait teknik pengolahan singkong dan abon lele dengan standar yang lebih higienis, konsisten, dan inovatif. Peserta juga mampu membuat variasi produk serta memahami strategi pemasaran digital menggunakan platform media sosial. Selain itu, terbentuk komitmen kelompok PKK untuk mengembangkan produk unggulan desa secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Pemberdayaan PKK; *One Village One Product* (OVOP); Potensi Lokal; Ekonomi Desa; Pengabdian kepada Masyarakat

ABSTRACT

The empowerment of the PKK women's group of RW 04, Karangnangka Village through the One Village One Product (OVOP) concept serves as the foundation of this community service program conducted by the Unsoed team. The OVOP concept plays an important role in improving the quality of rural potential and is implemented through three main principles: (1) optimizing local potential to produce products that are "only one and number one," (2) development based on independence, creativity, and innovation, and (3) human resource development. Karangnangka Village is characterized by livelihoods dominated by agriculture and fisheries. The objectives of this community service program are: (1) to enhance the skills and capacity of PKK members in developing local-potential-based products as OVOP-oriented superior products, and (2) to provide training in online marketing. The program was carried out using the Participatory Rural Appraisal (PRA) method to identify existing problems and village potentials. PRA emphasizes empowerment and encourages active community participation in each stage of the activity. The results of the program indicate a significant improvement in participants' abilities related to processing cassava and catfish floss using more hygienic, consistent, and innovative standards. Participants were also able to create product variations and gained an understanding of digital marketing strategies through social media platforms. In addition, the program fostered a strong commitment among PKK members to continue developing the village's superior products sustainably.

Keywords: *Empowerment of PKK; One Village One Product (OVOP); Local Potential; Village Economy; Community Service*

PENDAHULUAN

Desa Karangnangka menghadapi sejumlah permasalahan terkait pengembangan produk berbasis potensi lokal yang dikelola oleh anggota PKK RW 04. Produk olahan singkong dan abon lele yang menjadi komoditas utama masih diproduksi secara tradisional tanpa standar kualitas yang jelas, sehingga menghasilkan mutu fisik, kimiawi, dan organoleptik yang tidak konsisten dan kurang memiliki daya saing. Selain itu, keterampilan teknis anggota PKK dalam melakukan inovasi pengolahan pangan masih terbatas, baik dalam hal penerapan proses produksi yang higienis maupun pengembangan variasi produk yang memiliki nilai tambah dan kekhasan sebagai ciri produk OVOP. Permasalahan lain yang muncul adalah kurangnya pengetahuan dan kemampuan dalam melakukan pemasaran digital—termasuk branding, desain kemasan, fotografi produk, dan pemanfaatan media sosial—yang menyebabkan produk belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Potensi lokal yang melimpah juga belum dikembangkan menjadi produk unggulan desa yang terstandarisasi dan berkelanjutan, karena belum adanya perencanaan usaha kelompok yang terstruktur. Selain itu, tingkat partisipasi masyarakat dalam proses pengembangan usaha bersama masih rendah, sehingga proses inovasi, pengambilan keputusan, dan keberlanjutan usaha belum berjalan secara optimal.

One Village One Product 'Satu Desa Satu Produk' (OVOP) adalah konsep berasal dari Oita, Jepang dan diadopsi oleh berbagai negara di dunia. OVOP merupakan pendekatan program pembangunan daerah yang bertujuan untuk memajukan kesejahteraan ekonomi dan masyarakat. Program OVOP dimulai pada tahun 2008 melalui Kementerian Perindustrian dan tahun 2010 melalui Kementerian Koperasi dan UKM yang bertujuan untuk meningkatkan potensi industri atau usaha kecil dan menengah di Indonesia (Cahyani, 2013; Ratnasari dan Saikhu, 2022). Tiga prinsip dalam OVOP yaitu; 1) optimalisasi potensi lokal yang dimiliki desa sehingga dapat menghasilkan produk yang *only one and number one* serta dapat diterima secara global dan memiliki kualitas yang tinggi, 2) kemandirian, kreatif serta inovatif, 3) pengembangan sumber daya manusia (Ningtyas, 2022).

Program One Village One Product (OVOP) merupakan strategi untuk mendorong pengembangan ekonomi lokal melalui produk unggulan desa. Desa Karangnangka merupakan salah satu desa di Kabupaten Banyumas yang memiliki potensi alam dan budaya yang sangat kaya. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Dalam era globalisasi ini, diperlukan strategi pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal untuk memperkuat daya saing desa. Salah satu pendekatan yang relevan adalah program One Village One Product (OVOP), yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan memasarkan produk unggulan desa.

Melalui program OVOP, Desa Karangnangka dapat mengoptimalkan sumber daya lokal, memberdayakan masyarakat, serta meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup. Program ini juga berkontribusi pada pelestarian budaya lokal dan pengembangan sektor pariwisata berbasis produk khas desa. Berdasarkan hasil penelitian di Bangli

Panglipuran oleh ketua tim PKM (Andriyani, dkk, 2021) disimpulkan bahwa, selain identifikasi potensi desa untuk dikembangkan menjadi potensi unggulan, peningkatan SDM dan pelibatan masyarakat lokal sangat berpengaruh bagi pengembangan desa menuju desa mandiri. Hasil penelitian ini akan diterapkan pada desa Karangnangka melalui peran perempuan dalam pembangunan masyarakat. Kelompok PKK (Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga) merupakan wadah strategis untuk memberdayakan perempuan di tingkat desa. Namun, masih banyak kelompok PKK yang belum optimal dalam memanfaatkan potensinya untuk meningkatkan keterampilan dan kesejahteraan anggotanya. Oleh karena itu, diperlukan program pemberdayaan yang terarah untuk membantu perempuan desa mengembangkan kemampuan dan perannya dalam kehidupan keluarga serta masyarakat.

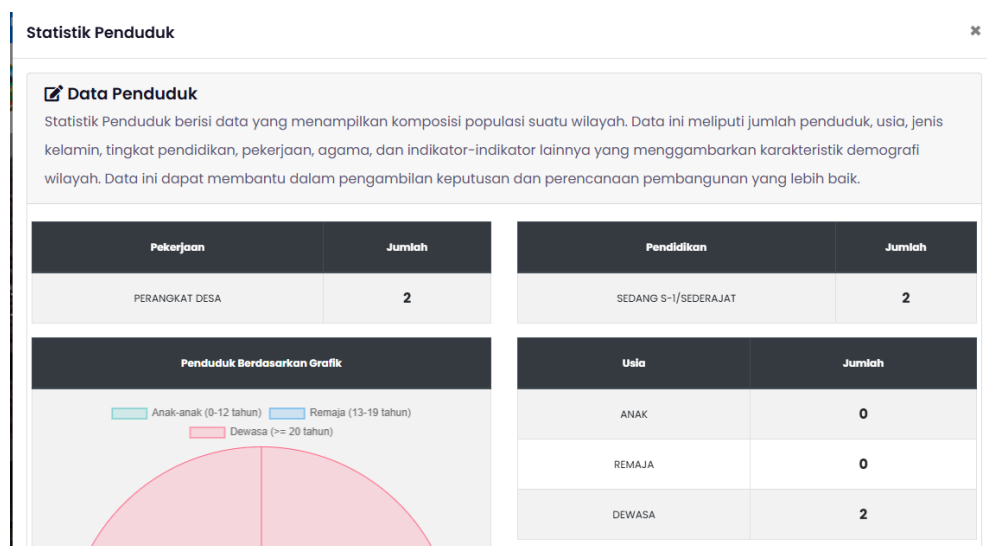
Desa Karangnangka (Sistem Informasi Desa Karangnangka) disebut dengan desa Minatani (sebutan desa yang unggul di bidang pertanian) (Karangnangka, Kedungbanteng, Banyumas - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas) memiliki beragam potensi lokal yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Namun, optimalisasi potensi tersebut masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya keterampilan dan pengetahuan masyarakat dalam mengelola sumber daya lokal serta rendahnya akses pasar. Program Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) sebagai motor penggerak pemberdayaan masyarakat memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan ekonomi desa. Melalui konsep *One Village One Product (OVOP)*, potensi lokal Desa Karangnangka dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk menciptakan produk unggulan desa yang berdaya saing. Hal ini berdasarkan hasil observasi langsung dan hasil wawancara kepada Ketua PKK RW 04 Karangnangka, yang menyatakan bahwa potensi sumber alam dan SDM sangat tinggi tetapi ketrampilan dan kemampuan kemitraan masih sangat rendah. Hal ini juga dapat dilihat pada web desa yang masih sangat minim bahkan bisa disebut tidak ada informasi yang didapat melalui web.



Gambar 1. Tampilan WEB Desa Karangnangka

Di sisi lain, pada era globalisasi ini, informasi online merupakan jendela utama yang dapat diakses baik di tingkat lokal maupun nasional. Perlu adanya materi materi yang mampu mempromosikan potensi desa Karangnangka. Berikut tampilan informasi

kependudukan yang sama sekali tidak memberikan informasi melalui sistem informasi desa.



Gambar 2. Tampilan Sistem Informasi Desa Karangnangka

Berdasarkan kajian di atas, melalui konsep OVOP tim PKM Unsoed berkolaborasi dengan Tim Penggerak PKK untuk memberikan beberapa solusi guna terrealisasinya optimalisasi pengembangan desa Karangnangka dengan berfokus pada one village one product. Memanfaatkan perkembangan teknologi yang dapat dilakukan secara efektif, efisien dan berkelanjutan melalui sistem informasi desa sehingga mampu mempromosikan potensi desa ke dunia luar.

Desa Karangnangka memiliki beragam potensi lokal yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Namun, optimalisasi potensi tersebut masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya keterampilan dan pengetahuan masyarakat dalam mengelola sumber daya lokal serta rendahnya akses pasar. Program Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) sebagai motor penggerak pemberdayaan masyarakat memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan ekonomi desa. Melalui konsep *One Village One Product* (OVOP), potensi lokal Desa Karangnangka dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk menciptakan produk unggulan desa yang berdaya saing.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh PKK RW 04 Desa Karangnangka berkaitan dengan rendahnya keterampilan dan kapasitas anggota dalam mengembangkan produk olahan berbasis potensi lokal, khususnya singkong dan abon lele. Minimnya pemahaman mengenai teknik pengolahan yang higienis, inovatif, dan berstandar membuat produk yang dihasilkan belum mampu bersaing di pasar. Selain itu, masih terbatasnya kemampuan dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran digital menjadi tantangan tersendiri, sehingga produk unggulan desa belum memiliki jangkauan pemasaran yang luas dan terarah. Desa Karangnangka juga membutuhkan upaya untuk menciptakan dan menetapkan produk unggulan yang mempunyai nilai tambah serta daya saing tinggi, sehingga dapat menjadi identitas desa melalui pendekatan

One Village One Product (OVOP). Ketiadaan standar mutu dan pemasaran yang sistematis menyebabkan potensi lokal yang sebenarnya kaya tidak dapat berkembang secara optimal.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan peningkatan keterampilan dan kapasitas anggota PKK dalam mengolah produk berbasis potensi lokal melalui pelatihan teknik pengolahan pangan, inovasi produk, dan penerapan standar kualitas. Selain itu, kegiatan ini diarahkan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, khususnya melalui pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital sehingga produk unggulan Desa Karangnangka dapat dikenal secara lebih luas. Melalui kegiatan ini, diharapkan pula tercapai penetapan produk unggulan desa yang memiliki nilai tambah, daya saing tinggi, dan dapat menjadi identitas OVOP Desa Karangnangka yang berkelanjutan.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Karangnangka, dengan melibatkan 50 peserta yang merupakan anggota PKK RW 04. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan *Participatory Rural Appraisal* (PRA) yang menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam seluruh tahapan kegiatan. Metode diawali dengan sosialisasi program kepada seluruh peserta untuk menjelaskan tujuan, manfaat, serta rencana kegiatan yang akan dilakukan. Tahapan selanjutnya adalah pelatihan teknik pengolahan pangan, terutama terkait standar higienis, teknik pengolahan singkong, dan pembuatan abon lele yang konsisten serta memiliki nilai tambah. Setelah itu, peserta mengikuti sesi pelatihan inovasi produk lokal yang berfokus pada pengembangan variasi produk, peningkatan cita rasa, perbaikan tekstur, serta penerapan ciri khas yang mendukung konsep *One Village One Product* (OVOP). Seluruh kegiatan dirancang untuk meningkatkan keterampilan, kreativitas, dan kemandirian anggota PKK dalam menghasilkan produk unggulan desa yang berdaya saing.

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Karangnangka dengan melibatkan 50 ibu-ibu anggota PKK sebagai mitra utama dalam pengembangan produk unggulan desa berbasis konsep *One Village One Product* (OVOP). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, di mana seluruh tahapan kegiatan dirancang agar masyarakat, khususnya anggota PKK, terlibat aktif dalam proses identifikasi, pelatihan, produksi, hingga pemasaran produk. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam beberapa tahapan yang terstruktur dan berlangsung selama enam bulan. Tahap pertama adalah identifikasi potensi lokal, yang dilakukan melalui survei lapangan dan *Focus Group Discussion* (FGD) bersama anggota PKK, perangkat desa, dan pelaku UMKM setempat. Pada tahap ini, dilakukan pemetaan terhadap sumber daya lokal seperti bahan baku pertanian, kemampuan produksi warga, kerajinan tangan, serta potensi kuliner khas desa. Kegiatan FGD digunakan untuk menentukan produk yang layak dikembangkan sebagai produk unggulan dengan mempertimbangkan ketersediaan bahan baku lokal, nilai ekonomi, keberlanjutan, dan tingkat keterlibatan perempuan dalam produksi. Tahap ini juga bertujuan untuk membangun rasa memiliki (*sense of ownership*) dari masyarakat terhadap program OVOP yang akan dijalankan.

Tahap kedua adalah pelatihan dan pendampingan, yang dilaksanakan selama bulan kedua hingga ketiga. Pada tahap ini, peserta memperoleh pelatihan peningkatan keterampilan produksi, termasuk teknik pengolahan pangan berbasis singkong dan abon lele sebagai potensi utama desa. Pelatihan ini mencakup peningkatan kualitas produk melalui standar higienitas, teknik

pengolahan yang konsisten, hingga inovasi pada varian rasa dan tekstur. Selain itu, dilakukan pelatihan terkait standarisasi kemasan dan pelabelan, termasuk pengenalan sertifikasi halal jika diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Kegiatan pelatihan juga mencakup aspek manajemen usaha, seperti pencatatan keuangan sederhana, strategi penentuan harga, serta teknik pemasaran yang tepat. Peserta kemudian didampingi dalam penggunaan peralatan produksi yang lebih efisien dan diperkenalkan pada strategi pemasaran digital, seperti pemanfaatan *e-commerce* dan media sosial (*WhatsApp Business*, Instagram, TikTok) untuk memperluas jangkauan pemasaran. Tahap ketiga adalah pengembangan branding dan pemasaran, yang dilaksanakan selama bulan keempat. Pada tahap ini, dilakukan proses penciptaan identitas produk unggulan desa, termasuk pembuatan logo, perbaikan desain kemasan, dan *storytelling* yang mencerminkan nilai-nilai lokal Desa Karangnangka. Peserta dilatih untuk mengenali dan menentukan *unique selling point* (USP) produk agar memiliki daya tarik berbeda dibandingkan produk serupa di pasaran. Strategi pemasaran dilakukan melalui kolaborasi dengan BUMDes, pelaku UMKM, serta partisipasi dalam pameran desa atau kabupaten untuk memperluas akses pasar secara offline maupun online.

Tahap keempat meliputi evaluasi dan penyusunan rencana keberlanjutan, yang dilakukan pada bulan kelima hingga keenam. Evaluasi dilakukan melalui monitoring penjualan, penilaian peningkatan pendapatan kelompok PKK, serta pengumpulan umpan balik dari konsumen sebagai dasar perbaikan kualitas produk. Pada tahap ini juga disusun rencana keberlanjutan melalui pembentukan kelompok usaha bersama (KUBE) atau unit usaha PKK yang terorganisasi. Upaya keberlanjutan diperkuat melalui perencanaan akses permodalan, baik melalui dana desa, CSR, maupun lembaga keuangan. Selain itu, kegiatan ini diintegrasikan dengan program pemerintah desa untuk dimasukkan ke dalam RPJMDes sebagai langkah jangka panjang bagi pengembangan produk unggulan desa. Untuk memastikan kelancaran pelaksanaan, kegiatan ini juga didukung oleh kemitraan lintas sektor, yaitu PKK Desa Karangnangka sebagai pelaku utama produksi dan pemasaran; pemerintah desa sebagai penyedia fasilitas dan regulasi pendukung; serta Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten sebagai mitra dalam pendampingan legalitas usaha dan perluasan akses pasar. Program ini memiliki indikator keberhasilan yang jelas, antara lain terbentuknya satu produk unggulan desa yang dikelola oleh PKK, peningkatan kapasitas minimal 80% anggota PKK dalam pengelolaan usaha, serta kenaikan penjualan produk sebesar 30% dalam enam bulan. Secara keseluruhan, metode ini dirancang untuk memastikan pemberdayaan masyarakat berjalan secara menyeluruh melalui identifikasi potensi, peningkatan kapasitas, pendampingan teknis, penguatan kelembagaan, dan keberlanjutan usaha. Dengan integrasi seluruh langkah tersebut, program pemberdayaan PKK berbasis OVOP di Desa Karangnangka diharapkan mampu memberikan dampak positif yang nyata dan berkelanjutan bagi kesejahteraan masyarakat desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan program Pemberdayaan PKK Melalui *One Village One Product* (OVOP) Berbasis Potensi Lokal Desa Karangnangka menunjukkan hasil yang positif baik dari aspek partisipasi masyarakat, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, maupun penguatan ekonomi lokal. Kegiatan pengabdian yang melibatkan pengurus dan anggota PKK Desa Karangnangka berlangsung secara partisipatif dan mendapat respons antusias dari peserta.

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi kelompok terfokus, teridentifikasi bahwa Desa Karangnangka memiliki potensi lokal berupa bahan pangan hasil pertanian dan produk olahan

rumah tangga yang sebelumnya belum dikelola secara optimal. Melalui pendekatan OVOP, anggota PKK mulai memahami pentingnya fokus pada satu produk unggulan desa yang memiliki keunikan, ketersediaan bahan baku berkelanjutan, serta peluang pasar yang jelas (Morihiko, 2008).

Hasil sosialisasi dan pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan anggota PKK mengenai konsep OVOP, pengolahan produk bernilai tambah, serta dasar-dasar manajemen usaha mikro. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga keterampilan praktis melalui metode pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*). Hal ini sejalan dengan pandangan Kolb (2015) yang menyatakan bahwa pembelajaran berbasis praktik mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan secara lebih efektif dibandingkan pembelajaran satu arah.

Selain itu, kegiatan pendampingan mendorong terbentuknya kesepakatan bersama dalam menentukan satu produk unggulan desa sebagai representasi identitas ekonomi lokal. Produk yang dipilih mencerminkan potensi lokal Desa Karangnangka dan dikelola secara kolektif oleh kelompok PKK. Proses ini memperkuat rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama terhadap keberlanjutan usaha yang dikembangkan (Chambers, 2013).

2. Pembahasan

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pemberdayaan PKK melalui pendekatan OVOP mampu meningkatkan peran strategis perempuan desa dalam pengembangan ekonomi lokal. PKK tidak lagi diposisikan hanya sebagai pelaksana kegiatan sosial, tetapi sebagai aktor utama dalam aktivitas ekonomi produktif berbasis keluarga dan komunitas. Hal ini memperkuat temuan Suharto (2014) yang menegaskan bahwa pemberdayaan masyarakat harus diarahkan pada penguatan kapasitas, kemandirian, dan partisipasi aktif kelompok sasaran.

Penerapan konsep OVOP dalam kegiatan ini terbukti relevan dengan kondisi Desa Karangnangka. OVOP tidak hanya berorientasi pada peningkatan produksi, tetapi juga pada pembentukan karakter kewirausahaan, peningkatan kualitas produk, dan penguatan kelembagaan kelompok. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Kurokawa, Tembo, dan Velde (2010) yang menyatakan bahwa keberhasilan OVOP sangat ditentukan oleh keterlibatan aktif masyarakat lokal dan dukungan pendampingan berkelanjutan.

Dari aspek sosial, program ini mendorong terjadinya perubahan pola pikir (*mindset*) anggota PKK dari orientasi konsumtif menuju produktif. Anggota PKK mulai melihat potensi lokal sebagai sumber daya ekonomi yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan. Perubahan ini menjadi indikator penting keberhasilan pengabdian, karena pembangunan berbasis masyarakat menuntut transformasi kesadaran dan sikap, bukan sekadar peningkatan keterampilan teknis (UNDP, 2016).

Sementara itu, dari aspek ekonomi, pengembangan produk unggulan desa melalui PKK berpotensi meningkatkan pendapatan keluarga dan memperkuat ekonomi rumah tangga. Meskipun dampak ekonomi secara kuantitatif belum sepenuhnya terlihat dalam jangka pendek, namun terbentuknya sistem produksi, pengemasan, dan pemasaran sederhana menjadi fondasi awal bagi keberlanjutan usaha di masa depan. Hal ini sejalan dengan pendekatan pembangunan ekonomi lokal yang menekankan proses jangka panjang dan keberlanjutan (Todaro & Smith, 2015).

Dengan demikian, hasil dan pembahasan pengabdian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan PKK berbasis OVOP merupakan strategi yang efektif dalam mengoptimalkan potensi lokal desa, memperkuat peran perempuan, serta mendorong pembangunan ekonomi desa

yang inklusif dan berkelanjutan. Program ini juga memiliki peluang untuk direplikasi di desa lain dengan karakteristik potensi lokal yang serupa, dengan penyesuaian konteks dan kebutuhan masyarakat setempat.

KESIMPULAN

Program *One Village One Product* (OVOP) berbasis potensi lokal telah berhasil menjadi instrumen pemberdayaan yang efektif bagi kelompok PKK di Desa Karangnangka. Melalui pendekatan yang terstruktur dan berkelanjutan, program ini berfokus pada tiga aspek utama, yaitu peningkatan kapasitas produksi, pembentukan identitas produk (*branding*), serta penguatan strategi pemasaran. Ketiganya saling terkait dan membentuk fondasi kuat dalam menciptakan produk unggulan desa yang memiliki daya saing, baik di pasar lokal maupun digital. Dalam aspek produksi, program ini memberikan pelatihan keterampilan pengolahan bahan baku lokal seperti singkong dan ikan lele menjadi produk bernilai tambah tinggi, seperti abon lele dan olahan singkong kreatif. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kualitas produk secara fisik dan rasa, tetapi juga memperkenalkan standar kebersihan, pengemasan, dan pengawetan yang lebih modern. Hal ini sangat penting agar produk-produk tersebut dapat bersaing di pasar yang lebih luas dan memenuhi preferensi konsumen masa kini.

Selanjutnya, melalui pendampingan intensif, PKK Desa Karangnangka didorong untuk menciptakan identitas visual produk berupa merek dagang dan logo yang mencerminkan kekhasan dan kearifan lokal. Branding ini tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga menjadi simbol kebanggaan komunitas atas produk lokal mereka. Strategi pemasaran pun diperluas ke platform digital seperti WhatsApp, Facebook, dan Tokopedia, serta promosi langsung melalui event desa dan pasar tradisional, sehingga jangkauan pasar semakin meluas.

Dampak dari program OVOP ini pun terlihat nyata, terutama dalam aspek ekonomi. Dalam waktu tiga bulan pertama, terjadi peningkatan pendapatan anggota PKK sebesar 30%, sebuah pencapaian yang mencerminkan efektivitas pendekatan OVOP dalam mendorong ekonomi rumah tangga. Selain itu, produk-produk olahan Desa Karangnangka mulai dikenal di tingkat kecamatan dan mulai menerima pesanan dari luar wilayah. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa model OVOP berbasis potensi lokal sangat memungkinkan untuk direplikasi di desa-desa lain yang memiliki kekayaan sumber daya serupa. Dengan dukungan yang tepat, desa-desa tersebut dapat memberdayakan masyarakatnya, terutama perempuan, untuk menjadi pelaku ekonomi yang mandiri dan inovatif.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pengabdian ini didukung oleh LPPM Universitas Jenderal Soedirman pada Hibah BLU dengan nomor kontrak 14.206/UN23.34/PM.01/2025 pada skim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Berbasis Riset dengan judul Pemberdayaan PKK Melalui One Village One Product (OVOP) Berbasis Potensi Lokal Desa Karangnangka. Terima kasih.

REFERENSI

- Chambers, R. (2013). *Rural Development: Putting the Last First*. London: Routledge.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- E. T. Rahayu, B. R. Hariyadi, H. Hartati, A. Stovia, and A. A. A. D. Andriyani, "Tata Kelola Pramuwisata Khusus Sebagai Bentuk Pelibatan Masyarakat Lokal," *JPKMI (Jurnal Pengabd. Kpd. Masy. Indones., vol. 2, no. 3, pp. 243-256, 2021, doi: 10.36596/jpkmi.v2i3.228*
- H. I. Rakhma Ningtyas, "Penguatan Optimalisasi BUMDes dengan Metode OVOP (One Village One Product) Sebagai Penggerak Pengembangan Perekonomian Desa," *J. Indones. Sos. Teknol., vol. 3, no. 3, pp. 381-394, 2022, doi: 10.36418/jist.v3i3.383*.
- Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. (2019). *Pedoman Umum Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga*. Jakarta: Kemendagri.
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. New Jersey: Pearson Education.
- Kurokawa, K., Tembo, F., & Velde, D. W. (2010). *Challenges for the OVOP Movement in Sub-Saharan Africa*. Tokyo: Japan International Cooperation Agency.
- Morihiko, H. (2008). *One Village One Product: Rural Development Strategy*. Tokyo: Oita OVOP International Exchange Promotion Committee.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- R. R. Cahyani, "Pendekatan One Village One Product (Ovop) Untuk Meningkatkan Kreativitas Umkm Dan Kesejahteraan Masyarakat," *Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan 3, 2013*.
- S. D. Ratnasari and A. Saikhu, "Peran Pelembagaan Dalam Program One Village One Product Melalui Empowerment Masyarakat Pendahuluan Pembangunan desa diarahkan dalam rangka mewujudkan pemberdayaan yang mengarah kepada kemandirian masyarakat . Pemberian otonomi yang luas kepada desa diarah," *vol. 7, no. September, pp. 226-242, 2022*.
- Suharto, E. (2014). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: Refika Aditama.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2015). *Economic Development (12th ed.)*. Boston: Pearson Education.
- UNDP. (2016). *Inclusive Economic Development: Local Solutions for Global Challenges*. New York: United Nations Development Programme.