

EKSPLORASI PRODUK UNGGULAN DESA TOMOK

Fitri Yani Panggabean¹⁾, Nadya Andhika Putri²⁾, Maimunah Siregar³⁾,
Muhammad Bukhori Dalimunthe⁴⁾

¹⁾ Akuntansi, Universitas Pembangunan Panca Budi

²⁾ Sistem Komputer, Universitas Pembangunan Panca Budi

³⁾ Agroteknologi, Universitas Pembangunan Panca Budi

⁴⁾ Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Medan

¹⁾ Email: fitriyani@dosen.pancabudi.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 14 September 2019

Disetujui : 4 Mei 2020

Kata Kunci :

produk unggulan, Desa Tomok

ABSTRAK

Makalah ini bertujuan untuk mengeksplor produk unggulan Desa Tomok, yang mana desa tersebut merupakan desa destinasi wisata Geopark Kaldera Danau Toba. Desa Tomok memiliki 3 dusun, dimana masyarakat bekerja sebagai petani dan pelaku UMKM. Metode penelitian menggunakan survey kepada 24 pelaku UMKM disemua dusun dengan menggunakan kuesioner dari Kementerian Koperasi dan UKM. Hasil menemukan bahwa produk unggulan Desa Tomok berupa kacang garing yang terdapat pada Dusun 1. Produk tersebut mengungguli produk lainnya yang terdapat di Desa Tomok dengan pertimbangan; 1) produk tersebut telah memiliki legalitas dari Pemerintah Desa Tomok; 2) memiliki komunitas yang bernama Kelompok Usaha Bersama Gabe; 3) memiliki merek dan desain kemasan; dan 4) bahan baku utama diperoleh dari petani lokal. Identifikasi produk unggulan yang terdapat di Desa Tomok dapat dijadikan referensi bagi para pemilik modal untuk melakukan investasi pada UMKM tersebut, begitu juga dengan UMKM lainnya yang terdapat di Desa Tomok, mengingat masih banyaknya potensi berupa pariwisata yang belum optimal dilakukan oleh UMKM lokal.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : September 14, 2019

Accepted : May 4, 2020

Key words:

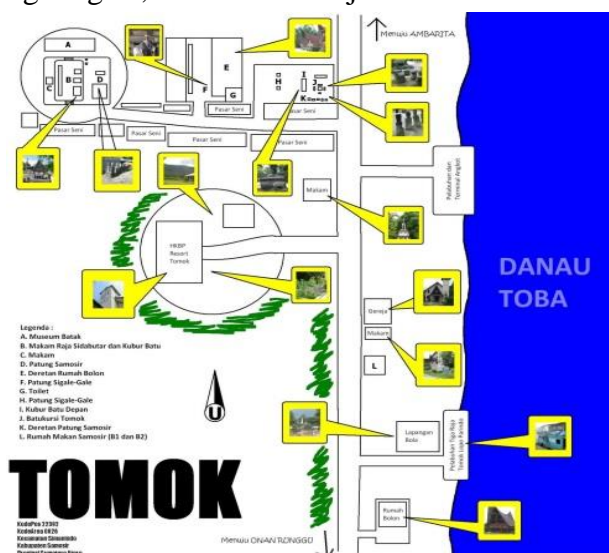
featured product, Tomok Village

ABSTRACT

This paper aims to explore the featured products of Tomok Village. The village is a Lake Toba Geopark Caldera tourist destination village. Tomok Village has three hamlets, where people work as farmers and Small Medium Enterprises (SMEs) actors. The research method used a survey of 24 SMEs in all hamlets using a questionnaire from the Ministry of Cooperatives and SMEs. The results of the study found that the featured product of Tomok Village was crisp beans (or known as 'Kacang Rondam') found in Hamlet 1. This product outperformed the other products in Tomok Village with consideration; 1) the product has legality from the Tomok Village Government; 2) having a community called Gabe Joint Business Group; 3) have a brand and packaging design; and 4) the primary raw material is obtained from local farmers. Identification of featured products found in Tomok Village can be used as a reference for capital owners to invest in these SMEs, as well as other SMEs in Tomok Village, considering that there are still many potentials in the form of tourism that have not been optimally carried out by local SMEs.

1. PENDAHULUAN

Desa Tomok merupakan salah satu pintu gerbang ke destinasi wisata Pulau Samosir yang merupakan bagian dari Kaldera Geopark Danau Toba. Danau Toba merupakan salah satu dari 10 (sepuluh) destinasi yang dicanangkan oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Tentulah hal ini merupakan kesempatan bagi warga Desa Tomok untuk mengeksplor potensi pariwisata ataupun sumber daya lainnya untuk meningkatkan perekonomian. Desa Tomok memiliki banyak destinasi wisata yang dikunjungi oleh wisatawan domestik dan mancanegara seperti, museum batak samosir, sigale-gale, dan makam Raja Sidabutar.



Gambar 1. Destinasi Wisata Desa Tomok

Masyarakat memanfaatkan wisata Danau Toba dengan menyediakan kebutuhan para wisatawan, mulai dari penginapan, kuliner, souvenir, pameran, dan atraksi kesenian batak. Produk ataupun jasa yang diberikan diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Desa Tomok, sehingga diperlukan pemetaan produk unggulan yang terdapat di Desa Tomok. Kajian ini bertujuan untuk mengeksplorasi produk unggulan yang terdapat di Desa Tomok, sehingga diperoleh produk unggulan yang dapat dieksplor lebih lanjut oleh Pemerintah Daerah untuk dapat bersaing dipasar lokal maupun diluar daerah.

Eksplorasi produk unggulan dilakukan dengan cara satu desa satu produk (One Village One Product) untuk setiap dusun di Desa Tomok. Eksplorasi mencakup 3 (tiga) aspek, yaitu: 1) aspek produk, pengembangan produk,

dan pengembangan masyarakat; 2) aspek manajemen, pemasaran, dan riwayat produk; dan 3) aspek kualitas produk.

Eksplorasi potensi unggulan desa melalui *One Village One Product* (OVOP) merupakan pendekatan pengembangan potensi daerah untuk menghasilkan satu produk unggul yang memiliki keunikan khas daerah tersebut. Pendekatan OVOP bersifat *bottom up*, dimana sumber informasi diperoleh dari aktivitas ekonomi masyarakat dalam menghasilkan produk. Pendekatan ini pertama kali diperkenalkan oleh Morihiko Hiramatsu di daerah Oita selama 6 periode dari 1979 sampai 2003 (Deputi Menko dan UKM, 2010).

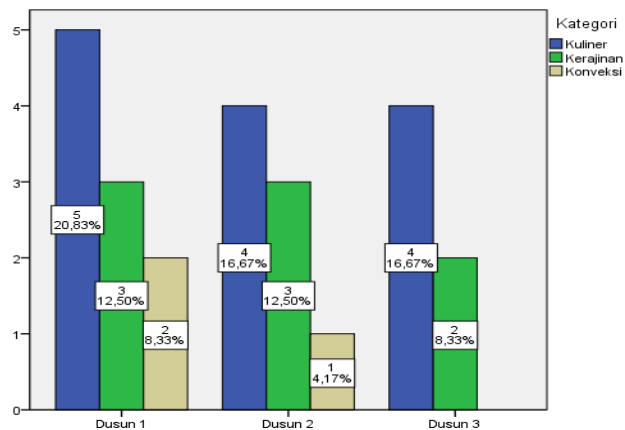
Apabila suatu daerah memiliki produk unggulan dan memperoleh dukungan pemerintah daerah, maka produk tersebut memiliki daya saing dan potensi untuk dikembangkan dipasar regional. Informasi yang diperoleh dari pendekatan OVOP akan membantu menggali dan mengeksplorasi produk unggulan yang memiliki konten lokal seperti bahan baku lokal, bentuk khas daerah, riwayat produk, dan hal lainnya khas kearifan lokal. Pada produk unggulan tersebut telah melekat inovasi yang memiliki daya saing sehingga dapat bersaing dipasar. Persaingan pasar yang ketat menyebabkan para pelaku usaha untuk menerapkan inovasi pada produknya sehingga memiliki keunggulan bersaing dipasar (Dalimunthe, 2017).

2. METODE

Penelitian yang dilakukan berjenis survei terhadap pelaku usaha yang terdapat di Desa Tomok sebanyak 24 orang yang tersebar di 3 (tiga) dusun. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang bersumber dari Kementerian Koperasi dan UKM. Teknik analisis data menggunakan deskriptif statistik yang menguraikan 3 (aspek) produk unggulan dari masing-masing pelaku usaha, yaitu: 1) aspek produk, pengembangan produk, dan pengembangan masyarakat; 2) aspek manajemen, pemasaran, dan riwayat produk; dan 3) aspek kualitas produk.

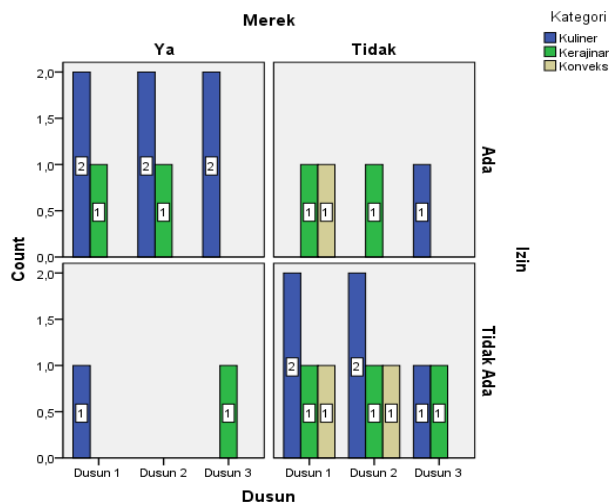
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari 24 responden, maka dihasilkan beberapa gambar dan tabel yang menjelaskan eksplorasi produk unggulan Desa Tomok.



Gambar 2. Profil Jenis Bisnis UKM Desa Tomok

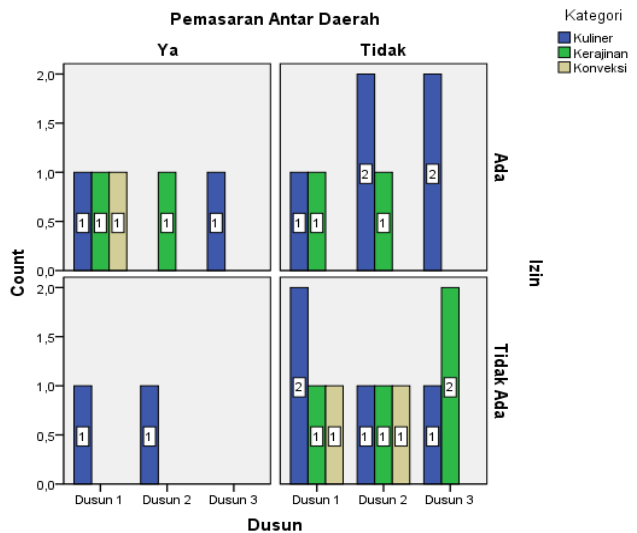
Berdasarkan Gambar 2 diperoleh informasi, para pelaku usaha atau responden terdiri dari kategori kuliner, kerajinan, dan konveksi, yang mana tersebar di Dusun I sebanyak 10 pengusaha yang terdiri dari 5 usaha kuliner, 3 usaha kerajinan, dan 2 usaha konveksi; Dusun II sebanyak 8 pengusaha yang terdiri dari 4 usaha kuliner, 3 usaha kerajinan, dan 1 usaha konveksi; Dusun III sebanyak 6 pengusaha yang terdiri dari 4 usaha kuliner dan 2 usaha konveksi. Dusun I terdapat pelaku usaha yang lebih banyak dari pada dusun lainnya, hal ini disebabkan letak geografis berada di pintu pelabuhan Pulau Samosir.



Gambar 3. Crosstab Dusun, Izin, Merek Usaha

Berdasarkan Gambar 3 diperoleh informasi, terdapat 8 usaha (lihat Kuadran I,

Gambar 3) yang memiliki merek dan izin dari Pemerintah Desa Tomok yang terdiri dari 2 usaha kuliner dan 1 usaha kerajinan di Dusun I; 2 usaha kuliner dan 1 usaha kerajinan di Dusun II; dan 2 usaha kuliner di Dusun III. Sedangkan pengusaha yang tidak memiliki merek dan izin sangat mendominasi sebanyak 10 usaha (lihat Kuadran IV, Gambar 3).



Gambar 4. Crosstab Dusun, Izin, Pemasaran

Berdasarkan Gambar 4 diperoleh informasi, terdapat 5 usaha (lihat Kuadran I, Gambar 4) yang melakukan pemasaran antar daerah dan memiliki izin dari Pemerintah Desa Tomok yang terdiri dari 1 usaha kuliner, 1 usaha kerajinan, dan 1 usaha konveksi yang berada di Dusun I; 1 usaha kerajinan yang berada di Dusun II; dan 1 usaha kuliner yang berada di Dusun III. Pemasaran belum maksimal dilakukan sehingga terdapat 7 usaha (lihat Kuadran II, Gambar 4) yang belum melakukan pemasaran antar daerah, tetapi memiliki izin dari Pemerintah Desa Tomok, Sehingga usaha yang terdapat di Kuadran II memiliki potensi pengembangan pemasaran antar daerah.

Tabel 1. Sebaran Data Produk Unggulan

Produk	A1	A2	A3	B1	B2	B3	C	Total
I-1	14	4	4	4	9	4	7	46
I-2	14	3	4	4	7	4	6	42
I-3	16	4	5	4	12	6	7	54
I-4	15	4	5	3	7	4	7	45
I-5	15	3	5	4	7	4	6	44
I-6	10	4	6	4	10	6	7	47
I-7	12	5	6	4	10	6	8	51
I-8	11	4	5	4	12	6	7	49
I-9	9	4	5	4	10	4	7	43
I-10	9	4	5	4	8	4	7	41
II-1	14	4	5	3	7	4	7	44

Produk	A1	A2	A3	B1	B2	B3	C	Total
II-2	16	4	5	3	10	6	7	51
II-3	14	3	4	4	9	4	6	44
II-4	15	3	4	4	7	4	6	43
II-5	11	4	4	4	10	6	7	46
II-6	10	4	5	4	8	6	7	44
II-7	12	5	4	4	8	6	8	47
II-8	9	4	5	4	8	4	7	41
III-1	15	4	4	4	9	4	7	47
III-2	14	3	4	4	7	4	6	42
III-3	14	4	4	4	7	4	7	44
III-4	14	3	5	4	9	4	6	45
III-5	10	4	4	4	10	6	7	45
III-6	10	4	4	4	8	6	7	43

Keterangan:

I, II, III : Dusun

A1 : Aspek Produk

A2 : Aspek Pengembangan Produk

A3 : Aspek Pengembangan Masyarakat

B1 : Aspek Manajemen

B2 : Aspek Pemasaran

B3 : Aspek Riwayat Produk

C : Aspek Kualitas Produk

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 1, diperoleh informasi bahwa produk unggulan Desa Tomok dengan kode produk I-3 yaitu “**kacang garing**” atau disebut juga kacang rondam bermerek *kacang honey* yang berada di Dusun I. Produk tersebut mengungguli produk lainnya yang terdapat di Desa Tomok dengan pertimbangan; 1) produk tersebut telah memiliki legalitas dari Pemerintah Desa Tomok; 2) memiliki komunitas yang bernama Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Gabe; 3) memiliki merek dan desain kemasan; dan 4) bahan baku utama diperoleh dari petani lokal.

Potensi lokal berupa bahan baku kacang tanah telah dimanfaatkan oleh KUBE Gabe untuk membuat produk yang telah unggul di Desa Tomok. Diperlukannya tindak lanjut dari pihak-pihak terkait pengembangan UKM agar produk unggulan tersebut dapat dibina agar layak masuk ke pasar modren. Pengembangan dan pembinaan pelaku usaha melalui Triangulasi yang melibatkan akademisi, pemerintah, dan pengusaha sangat diperlukan untuk memajukan ekonomi lokal (Dalimunthe dkk, 2019).

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi dan Lembaga

Penelitian dan Pengabdian Universitas Pembangunan Panca Budi yang telah memberikan dukungan dan pendanaan skema pengabdian kepada masyarakat pada tahun 2019.

4. PENUTUP

Kacang garing bermerek *kacang honey* yang diproduksi oleh KUBE Gaber merupakan produk unggulan Desa Tomok. Produk tersebut telah banyak dipasarkan di beberapa toko di wilayah wisata Pulau Samosir. Potensi UKM lokal telah terlacak melalui makalah ini, sehingga diharapkan tindak lanjut dari akademisi, pemerintah daerah, dan pengusaha untuk dapat melakukan pengembangan dan pembinaan terhadap produk unggulan tersebut.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Dalimunthe, M.B., 2017, Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 3 (2): 18-31, <http://ojs.uma.ac.id/index.php/bisman/article/view/357/295>
- Dalimunthe, M.B, Dewi, R., Triono, M., Purnama, D., Hendri, H., & Panggabean, F, 2019, Penerapan Ipteks untuk Pengembangan Potensi Limbah Tempurung sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(2). <https://doi.org/10.30653/002.201942.108>
- Deputi Menteri Bidang koperasi dan UKM RI, 2010, Pengembangan produk Unggulan daerah Melalui Pendekatan OVOP (*One Village One Product*). Jakarta.