

Strategi Pengembangan Produk Unggulan Desa Berbasis *One Village One Product (OVOP)* Melalui Kolaborasi *Pentahelix* Di Kabupaten Rote Ndao

Development Strategy Of Village Superior Products Based On One Village One Product (OVOP) Through Pentahelix Collaboration In Rote Ndao Regency

I Komang Arthana ^{a*}, Viktorianus Mahendra Da Lopez ^b, Ni Putu Nursiani ^c,
Yonas Ferdinand Riwu ^d, Juendiny Chrisna Ekasari ^e

Universitas Nusa Cendana Kupang ^{a,b,c,d,e}

komang.arthana@staf.undana.ac.id ^{a*}, viktorianus.da.lopez@staf.undana.ac.id ^b,

niputu.nursiani@staf.undana.ac.id ^c, yonas.riwu@staf.undana.ac.id ^d,

juendiny.tualaka@staf.undana.ac.id ^e

Abstrak

Kabupaten Rote Ndao merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Nusa Tenggara Timur yang memiliki peluang untuk pengembangan potensi lokal. Fenomena ini menuntut adanya strategi pembangunan yang tepat untuk memastikan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Namun, setelah beberapa tahun berlalu, masih diperlukan upaya untuk mengidentifikasi dan mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh masing-masing desa tersebut. Dalam hal ini, perlu adanya eksplorasi lebih jauh serta mengembangkan potensi yang dimiliki Kabupaten Rote Ndao, terutama dalam konteks pembangunan ekonomi berbasis lokal. Salah satu pendekatan yang dinilai efektif untuk mengoptimalkan potensi desa adalah melalui konsep *One Village One Product (OVOP)*. Konsep ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan satu produk unggulan di setiap desa yang memiliki nilai ekonomi, budaya, atau sumber daya alam yang khas. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan kolaborasi multipihak yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan. Di sinilah model analisis *Pentahelix* menjadi positioning yang relevan. *Pentahelix* adalah kerangka kolaborasi yang melibatkan lima elemen utama, yaitu pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, komunitas, dan media. Kolaborasi ini dirancang untuk menciptakan sinergi dalam mengidentifikasi, mengembangkan, dan mempromosikan produk unggulan desa. Hasil penelitian ini meliputi produk unggulan Kabupaten Rote Ndao, publikasi jurnal ilmiah internasional bereputasi, dan satu artikel pada media massa cetak/elektronik.

Kata Kunci: Produk Unggulan; OVOP; *Pentahelix*

Abstract

Rote Ndao Regency is one of the regencies in East Nusa Tenggara Province that has opportunities for developing local potential. This phenomenon requires an appropriate development strategy to ensure economic growth and community welfare. However, after several years, efforts are still needed to identify and optimize the potential of each village. In this case, further exploration and development of the potential of Rote Ndao Regency is needed, especially in the context of local-based economic development. One approach that is considered effective in optimizing the potential of villages is through the concept of *One Village One Product (OVOP)*. This concept aims to identify and develop one superior product in each village that has unique economic, cultural, or natural resource value. To achieve this, multi-stakeholder collaboration involving all stakeholders is required. This is where the *Pentahelix* analysis model becomes relevant. *Pentahelix* is a collaboration framework involving five main elements, namely the government, academics, business actors, the community, and the media. This collaboration is designed to create synergy in identifying, developing, and promoting village flagship products. The results of this study include the flagship products of Rote Ndao Regency, publications in reputable international scientific journals, and one article in print/electronic mass media.

Keywords: Flagship Products; OVOP; *Pentahelix*

1. Pendahuluan

Pembangunan ekonomi daerah merupakan fondasi krusial bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pengurangan kesenjangan antar wilayah. Di Indonesia, fokus pembangunan telah bergeser secara signifikan ke tingkat tapak, menempatkan desa sebagai entitas strategis yang didorong untuk mencapai kemandirian ekonomi melalui optimalisasi sumber daya lokal. Konteks ini menjadi semakin mendesak di wilayah kepulauan dan terluar seperti Kabupaten Rote Ndao, yang memiliki kekayaan alam melimpah—baik sumber daya maritim (rumput laut, perikanan) maupun produk agraris *endemik* (Lontar). Namun, secara struktural masih menghadapi tantangan besar terkait isu logistik, fragmentasi pasar, dan keterbatasan modal untuk pengolahan bernilai tambah. Potensi besar yang dimiliki Rote Ndao sering kali terperangkap dalam siklus penjualan bahan mentah (*raw material*), yang menyebabkan rendahnya nilai tukar dan minimnya penciptaan lapangan kerja di tingkat lokal.

Selain itu, adapun fenomena pemekaran desa yang dilakukan dalam rangka pembangunan wilayah sebagai salah satu strategi yang sering dilakukan untuk meningkatkan efektivitas pelayanan publik dan pengelolaan potensi lokal, terutama di daerah yang memiliki karakteristik geografis dan sosial yang unik (Safitri & Wulandari, 2024). Pemekaran wilayah dapat berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan infrastruktur dan pelayanan publik (Makasili et al., 2020; Samosir, n.d.). Menurut Sumartono & Huda (2009) dalam (Maharani et al., 2024), Pemerintahan daerah memperoleh kapasitas yang lebih optimal dalam memenuhi hak-hak masyarakat melalui pendekatan desentralisasi pengambilan keputusan. Dengan memperpendek jarak antara pengambil kebijakan dan warga, partisipasi publik dapat ditingkatkan, sekaligus memperluas akses masyarakat terhadap layanan pemerintahan. Rentang kendali yang lebih dekat ini berkontribusi pada peningkatan efisiensi dan efektivitas dalam proses pembangunan serta tata kelola administratif. (Lelyana & Sarjito, 2024) juga menekankan bahwa penguatan kolaborasi antar tingkat pemerintahan, penerapan tata kelola yang inklusif, serta penanganan kesenjangan sosial-ekonomi merupakan prasyarat strategis dalam mengoptimalkan implementasi desentralisasi. Langkah-langkah ini tidak hanya penting untuk mewujudkan efektivitas desentralisasi secara menyeluruh, tetapi juga berperan krusial dalam menjaga stabilitas nasional dan memperkuat ketahanan sosial.

Kabupaten Rote Ndao, sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Nusa Tenggara Timur, mengalami transformasi pembangunan melalui pemekaran desa yang terjadi pada akhir tahun 2017 hingga awal tahun 2018, dengan total 30 desa yang tersebar di 8 kecamatan (Siga, Ula, et al., 2024). Dalam rangka efektifitas dan efisien penyelenggaraan pembangunan dan pelayanan kemasyarakatan yang selaras dengan aspirasi yang berkembang di tengah masyarakat, diperlukan kolaborasi multipihak yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan. Di sinilah model *Pentahelix* menjadi relevan. *Pentahelix* adalah kerangka kolaborasi yang melibatkan lima elemen utama, yaitu pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, komunitas, dan media. Pemekaran ini tidak hanya meningkatkan jumlah wilayah administratif, tetapi juga membuka peluang baru untuk pengembangan potensi lokal.

Fenomena ini menuntut adanya strategi pembangunan yang tepat untuk memastikan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Namun, setelah beberapa tahun berlalu, masih diperlukan upaya untuk mengidentifikasi dan

mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh masing-masing desa tersebut. Dalam hal ini, perlu adanya eksplorasi lebih jauh serta mengembangkan potensi yang dimiliki Kabupaten Rote Ndao, terutama dalam konteks pembangunan ekonomi berbasis lokal. Hal ini membuat Kabupaten Rote Ndao tersebut sebagai lokasi yang strategis untuk mengimplementasikan program-program pembangunan berbasis potensi lokal. Salah satu pendekatan yang dinilai efektif untuk mengoptimalkan potensi desa adalah melalui konsep *One Village One Product* (OVOP). Konsep ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan satu produk unggulan di setiap desa yang memiliki nilai ekonomi, budaya, atau sumber daya alam yang khas. Dengan fokus pada produk unggulan, desa-desa di Kabupaten Rote Ndao diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, dan membangun kemandirian ekonomi.

Pengalaman di berbagai daerah menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi OVOP tidak dapat diwujudkan melalui intervensi tunggal oleh Pemerintah Desa atau alokasi Dana Desa semata. Pengembangan produk unggulan yang menuntut inovasi proses, standarisasi kualitas, akses ke permodalan dan jaringan pasar yang luas, membutuhkan mobilisasi sumber daya yang bersifat multipihak. Di sinilah model *Pentahelix* menjadi relevan sebagai kerangka strategis yang fundamental dan transformatif. *Pentahelix* adalah kerangka kolaborasi yang melibatkan lima elemen utama, yaitu pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, komunitas, dan media. Kolaborasi ini dirancang untuk menciptakan sinergi dalam mengidentifikasi, mengembangkan, dan mempromosikan produk unggulan desa. Pemerintah berperan dalam menyediakan kebijakan dan infrastruktur, akademisi memberikan dukungan penelitian dan pengembangan, pelaku bisnis membuka akses pasar, komunitas sebagai pelaku utama produksi, dan media bertugas mempromosikan produk tersebut. Dengan demikian, *Pentahelix* menjadi pendekatan yang holistik dan berkelanjutan untuk mewujudkan konsep OVOP. (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2025) menjelaskan bahwa Pendekatan One Village One Product (OVOP) merupakan strategi pengembangan ekonomi lokal yang berfokus pada pemberdayaan komunitas desa untuk menciptakan produk unggulan berbasis sumber daya dan kearifan lokal. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Prof. Morihiko Hiramatsu di Prefektur Oita, Jepang pada tahun 1979 sebagai bentuk revitalisasi ekonomi daerah. Di Indonesia, OVOP mulai diadopsi sejak 2007 melalui kebijakan Kementerian Perindustrian guna mendorong daya saing IKM dalam menghasilkan produk bernilai ekonomi tinggi. Pendekatan ini bertujuan meningkatkan inovasi, kemandirian masyarakat, serta menciptakan lapangan kerja yang berkelanjutan di wilayah perdesaan.

Beberapa potensi yang dapat dikembangkan antara lain pertanian dan perkebunan, dimana terdapat lahan subur yang cocok untuk tanaman seperti jagung, ubi, dan kelapa. Adapun potensi perikanan, dimana Kabupaten Rote Ndao merupakan wilayah pesisir yang memungkinkan pengembangan budidaya ikan dan rumput laut. Selanjutnya potensi kerajinan tangan, berupa tenun ikat sebagai produk budaya yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Selain itu, Adapun potensi pariwisata dengan keindahan alam pantai dan budaya lokal yang dapat menarik wisatawan. Selama beberapa tahun terakhir, potensi-potensi ini belum sepenuhnya tergarap secara optimal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam potensi yang dimiliki oleh masing-masing desa di Kabupaten Rote Ndao, serta merumuskan strategi pengembangannya melalui pendekatan OVOP dan kolaborasi *Pentahelix*. Dengan

memadukan kedua konsep ini, diharapkan Kabupaten Rote Ndao tersebut dapat menjadi model pembangunan berkelanjutan yang berbasis pada kekuatan lokal.

2. Kajian Teori

Pengembangan Produk Unggulan Desa

Pengembangan produk unggulan desa merupakan upaya untuk memanfaatkan potensi lokal yang dimiliki oleh suatu desa guna menciptakan produk yang memiliki nilai ekonomi, budaya, atau ekologis yang khas. Produk Unggulan Desa dapat didefinisikan sebagai produk atau jasa yang dihasilkan dari suatu wilayah desa atau komunitas yang telah melewati proses identifikasi ketat dan memiliki tiga karakteristik fundamental. Pertama, Keunikan (*Uniqueness*), di mana produk tersebut berbeda dan khas, sering kali terkait erat dengan sumber daya alam spesifik, kearifan lokal, tradisi, atau keterampilan turun temurun yang hanya ada di desa tersebut, menjadikannya tidak mudah ditiru. Kedua, Nilai Tambah (*Value Added*), yang berarti produk telah mengalami proses pengolahan, pengemasan, atau *branding* yang signifikan sehingga nilai ekonominya jauh lebih tinggi daripada bahan mentah asalnya. Ketiga, Daya Saing (*Competitiveness*), di mana produk memiliki kualitas yang konsisten, harga yang kompetitif, dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Produk unggulan desa dapat berupa hasil pertanian, kerajinan tangan, produk olahan, atau bahkan jasa pariwisata.

Pengembangan produk unggulan berkontribusi signifikan terhadap optimalisasi pemanfaatan sumber daya lokal, sekaligus memperluas wawasan masyarakat mengenai potensi bahan baku yang memiliki nilai tambah secara ekonomis. Selain meningkatkan kapasitas produksi berbasis potensi desa, keberadaan produk ini juga mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Dengan demikian, inisiatif ini menjadi instrumen strategis bagi pemerintah dalam mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya dalam memperkuat kemandirian ekonomi melalui aktivasi sektor-sektor domestik yang bernilai strategis (Sutaryono et al., 2020).

Pengembangan produk unggulan melalui pendekatan yang terfokus memiliki urgensi yang kritis dalam pembangunan nasional. Hal ini krusial untuk menciptakan Kemandirian Ekonomi Lokal, mengurangi ketergantungan desa pada dana transfer pemerintah pusat dan menciptakan sumber pendapatan asli desa (PADes) yang stabil melalui kelompok usaha. Keberadaan produk unggulan juga mendorong Diversifikasi Sumber Pendapatan, mengubah pola mata pencaharian homogen menjadi beragam, termasuk sektor pengolahan, kerajinan, dan pariwisata. Secara sosial, strategi ini membantu Penahanan Urbanisasi dengan menciptakan lapangan kerja yang layak di desa, khususnya bagi generasi muda. Lebih jauh lagi, karena produk unggulan sering melibatkan metode tradisional, ia sekaligus berfungsi sebagai upaya Pelestarian Kearifan Lokal dan budaya.

Beberapa prinsip utama dalam pengembangan produk unggulan desa meliputi:

1. Berbasis Potensi Lokal: Produk unggulan harus memanfaatkan sumber daya yang tersedia di desa, baik sumber daya alam, budaya, maupun sumber daya manusia. (Malik & Mulyono, 2017) menjelaskan bahwa Pengembangan kewirausahaan yang berbasis pada potensi lokal dilakukan melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat secara bertahap, yang mencakup proses pelatihan keterampilan, peningkatan kapasitas produksi, hingga penguatan strategi pemasaran.

2. Berdaya Saing: Produk harus memiliki keunikan dan kualitas yang mampu bersaing di pasar lokal, regional, maupun nasional. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi daya saing. (Mahadewi & Suasana, 2023) menjelaskan bahwa orientasi pasar adalah faktor utama yang mendorong terbentuknya daya saing produk, yang pada akhirnya akan berkontribusi terhadap peningkatan kinerja pemasaran. Temuan (Kusuma et al., 2022) juga menegaskan bahwa *digital marketing* merupakan elemen strategis dalam memperkuat daya saing suatu usaha melalui optimalisasi kualitas produk.
 3. Berkelanjutan: Pengembangan produk harus memperhatikan aspek lingkungan dan sosial agar tidak merusak ekosistem dan budaya lokal. Temuan (Saputro et al., 2023) menjelaskan keberhasilan pariwisata berkelanjutan sangat bergantung pada sinergi antara pelestarian lingkungan, pelibatan aktif masyarakat lokal, dan diversifikasi kegiatan ekonomi, sehingga pembangunan yang dilakukan tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga menjaga ekosistem dan budaya lokal secara berkelanjutan.
 4. Partisipatif: Masyarakat desa harus terlibat aktif dalam proses pengembangan, mulai dari perencanaan hingga implementasi. Temuan (Utami et al., 2022) menjelaskan bahwa melalui pendekatan pembelajaran dan perancangan partisipatif, para petani tidak hanya memperoleh ruang untuk menyampaikan pendapat dan mempertimbangkan langkah-langkah strategis, tetapi juga terlibat aktif dalam merancang masa depan komunitas mereka secara berkelanjutan.
- Pengembangan produk unggulan desa juga memerlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, swasta, dan lembaga non-pemerintah. Hal ini sejalan dengan pendekatan Pentahelix, yang menekankan kolaborasi multipihak untuk mencapai keberhasilan pembangunan desa. (Hasan et al., 2025; Maghfira & Pratiwi, 2024) berpendapat bahwa Pemerintah berperan dalam pembangunan infrastruktur serta penyediaan program pelatihan bagi masyarakat. Kalangan akademisi berkontribusi melalui kegiatan edukasi dan penelitian yang mendukung pengembangan berbasis pengetahuan. Komunitas lokal turut terlibat aktif dalam proses pengelolaan dan promosi potensi daerah. Sektor bisnis memberikan dukungan melalui investasi dan strategi pemasaran, sementara media berperan dalam menyebarkan informasi serta meningkatkan kesadaran publik terhadap potensi dan inisiatif yang dikembangkan.

One village one product (OVOP)

Konsep *One Village One Product* (OVOP) menekankan pada spesialisasi produk unggulan di setiap desa berdasarkan potensi lokal yang dimiliki. Konsep ini telah berhasil diterapkan di berbagai negara, termasuk Jepang dan Thailand, dalam meningkatkan ekonomi pedesaan melalui produk khas daerah. Konsep *One Village One Product* (OVOP) pertama kali diperkenalkan di Jepang pada tahun 1979 oleh Gubernur Oita, Morihiko Hiramatsu. Filosofi *One Village One Product* (OVOP) memberikan panduan etis dan strategis yang memastikan pengembangan produk dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan. Filosofi ini bertumpu pada tiga pilar utama. Pilar pertama adalah *Local yet Global*, yang mengandung makna "Berpikir Global, Bertindak Lokal." Produk harus memanfaatkan sumber daya lokal secara maksimal, tetapi harus diproduksi dan dipasarkan dengan standar kualitas global, sehingga mampu diekspor atau bersaing dengan produk impor. Pilar kedua adalah *Self-Reliance and Creativity*, menekankan "Kemandirian dan Kreativitas," di mana

inisiatif dan inovasi harus datang dari masyarakat lokal, didorong oleh semangat kewirausahaan untuk menambah nilai produk. Pilar ketiga adalah *Human Resource Development (HRD)*, menempatkan fokus utama bukan hanya pada produk fisik, tetapi pada peningkatan kapasitas produsen lokal, termasuk keterampilan manajerial, teknis, dan *entrepreneurship*.

Untuk menjalankan filosofi tersebut, OVOP berpegang pada tiga prinsip implementasi kunci. Prinsip pertama adalah Satu Produk Terbaik, di mana desa didorong untuk berfokus hanya pada satu produk terbaik yang paling unggul. Fokus ini memungkinkan alokasi sumber daya—modal, pelatihan, dan waktu—menjadi lebih efisien dan terarah. Prinsip kedua adalah Kemandirian dan Inisiatif Masyarakat, yang mensyaratkan program harus bersifat *bottom-up*, di mana masyarakat memiliki rasa kepemilikan yang tinggi terhadap produk mereka, dengan peran pemerintah dan pihak luar sebatas fasilitator, bukan pelaksana utama. Prinsip ketiga adalah Memaksimalkan Potensi Lokal, yang berarti produk yang dikembangkan harus memanfaatkan secara optimal keunggulan komparatif (sumber daya alam melimpah) yang dimiliki desa dan mengubahnya menjadi keunggulan kompetitif melalui inovasi.

Konsep ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat desa dengan mengembangkan satu produk unggulan yang berbasis potensi lokal (Asriati, 2015) menjelaskan bahwa pengembangan OVOP merupakan solusi terbaik untuk memberdayakan dan membangun masyarakat di daerah sesuai dengan kemampuan daerah tersebut. Namun disisi lain, (Schumann, 2016; Triharini et al., 2014) dalam (Azizah & Kriswibowo, 2020) berpendapat bahwa model teoretis pengembangan usaha lokal melalui pendekatan *One Village One Product* (OVOP) memerlukan evaluasi yang lebih mendalam, mengingat penerapannya secara ideal sulit dilakukan di Indonesia yang memiliki jumlah desa sangat banyak dan Penerapan OVOP secara kaku justru berisiko menutup peluang kolaborasi antar desa dalam satu kecamatan yang sering kali memiliki latar belakang budaya dan ekonomi yang serupa. Tetapi, studi (Ramadona & Ajidin, 2024) pada Kampung Rendang, Implementasi program *One Village One Product* (OVOP) di Kampung Rendang menunjukkan capaian yang positif, ditandai dengan peningkatan omzet pelaku usaha lokal serta perluasan akses pasar hingga ke tingkat ekspor. Studi lainnya dari (Wahyudi, 2017) di Desa Kasongan, menunjukkan bahwa implementasi Program OVOP di Kasongan belum berjalan efektif dan efisien karena tidak sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip dasar OVOP, seperti *local yet global, self-reliance and creativity*, serta *human resource development*. Kegagalan ini disebabkan oleh pendekatan yang masih bersifat *top-down*, ketergantungan pada tokoh sentral, serta ketiadaan petunjuk teknis yang jelas, sehingga program belum mampu menjadi strategi pemberdayaan yang mandiri dan berkelanjutan bagi pelaku IKM. Maka dari itu, Deputy Bidang Pengkajian Sumber Daya UKMK 2010 menjelaskan keberhasilan implementasi OVOP perlu memperhatikan beberapa prinsip, diantaranya (Adriani, 2017) :

1. Lokalitas: Produk unggulan harus mencerminkan kekhasan dan identitas lokal.
2. Kemandirian: Masyarakat desa harus mampu mengelola dan mengembangkan produk secara mandiri.
3. Kreativitas dan Inovasi: Produk harus terus dikembangkan melalui inovasi untuk meningkatkan kualitas dan daya saing.
4. Pemasaran Global: Meskipun berbasis lokal, produk unggulan harus mampu menembus pasar global (Ayu et al., 2021; Hermuningsih & Wardani, 2011; KUMARANANDA et al., 2018) menjelaskan bahwa Program OVOP bertujuan

mendorong produk lokal agar mampu bersaing di pasar global melalui optimalisasi potensi daerah, yang dilakukan dengan seleksi produk unggulan, peningkatan mutu, serta penguatan strategi pemasaran berbasis daya saing, sehingga produk tersebut tidak hanya menjadi andalan di pasar domestik, tetapi juga memiliki posisi yang kompetitif di tingkat internasional.

OVOP telah diadopsi di berbagai negara, termasuk Indonesia, sebagai strategi untuk mengurangi kesenjangan ekonomi antara desa dan kota. Di Indonesia, konsep ini sejalan dengan program Pembangunan Desa yang digalakkan oleh pemerintah melalui Dana Desa. Namun, keberhasilan OVOP sangat bergantung pada kolaborasi antara pemerintah, swasta, akademisi, komunitas, dan media, yang merupakan inti dari model *Pentahelix*.

Kolaborasi *Pentahelix*

Model *Pentahelix* merupakan pengembangan dari konsep *Triple Helix* (pemerintah, akademisi, dan bisnis) dengan menambahkan dua elemen penting, yaitu komunitas dan media. Lawton Smith & Leydesdorff (2014) berpendapat bahwa pendekatan ini cenderung bersifat top-down, di mana sektor bisnis berperan sebagai pencipta inovasi, akademisi sebagai penghasil pengetahuan, dan keduanya bermitra dengan pemerintah untuk mentransformasikan hasil tersebut ke dalam kebijakan publik (Novy Setia Yunas et al., 2023). (Brännback et al., 2008) juga menemukan bahwa model *Triple Helix* cenderung berfokus pada level makro, sehingga peran wirausahawan dan inovator sering kali tidak mendapatkan perhatian yang memadai sebagai aktor utama dalam proses inovasi. Akibatnya, kolaborasi antar pihak dalam implementasi di lapangan menjadi kurang efektif dan tidak sepenuhnya mencerminkan kebutuhan praktis di tingkat komunitas atau pelaku usaha kecil. Maka dari itu, (Hoerniasih et al., 2022) menemukan bahwa pendampingan kewirausahaan di desa dapat dilakukan secara berkelanjutan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, perusahaan, sektor swasta, dan jejaring komunitas. (Prasetyo et al., 2023) juga menekankan bahwa model *pentahelix*, yang melibatkan unsur pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan media, dinilai mampu menghadirkan perencanaan pembangunan yang lebih partisipatif dan efektif. Kementerian pariwisata melalui peraturan kementerian pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 menjelaskan bahwa *pentahelix* menekankan pentingnya sinergi antara lima elemen utama, yaitu (Cita et al., 2025) :

1. Pemerintah: Bertanggung jawab dalam menyediakan kebijakan, regulasi, dan infrastruktur pendukung.
2. Akademisi: Memberikan dukungan penelitian, pengembangan teknologi, dan peningkatan kapasitas masyarakat.
3. Pelaku Bisnis: Membantu dalam pemasaran, distribusi, dan pengembangan rantai pasok.
4. Komunitas: Sebagai pelaku utama dalam produksi dan pengelolaan produk unggulan.
5. Media: Berperan dalam promosi, branding, dan penyebaran informasi kepada publik.

Kolaborasi *Pentahelix* sangat relevan dalam konteks pengembangan produk unggulan desa dan implementasi OVOP. Model ini memastikan bahwa semua pihak terkait dapat berkontribusi sesuai dengan peran dan kapasitasnya, sehingga menciptakan sinergi yang efektif. (Abdullah et al., 2024; Aminullah & Wusko, 2025)

menjelaskan bahwa Kolaborasi multipihak berbasis model Pentahelix terbukti menjadi pendekatan strategis dalam mendorong pengembangan ekonomi desa dan penguatan produk unggulan lokal. Kedua penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan aktif seluruh elemen seperti pemerintah sebagai regulator, akademisi sebagai penyedia pengetahuan dan pendampingan, pelaku bisnis sebagai *enabler*, komunitas sebagai akselerator, serta media sebagai saluran informasi, berkontribusi signifikan dalam menciptakan nilai bersama (*shared value*) yang berkelanjutan. Sinergi antarsektor ini tidak hanya memperkuat kapasitas kelembagaan desa, seperti BUMDES, tetapi juga mempercepat proses inovasi dan adopsi kebijakan lokal yang mendukung pemberdayaan masyarakat secara inklusif dan adaptif terhadap dinamika pasar. Maka dari itu, penulis berkesimpulan bahwa implementasi *pentahelix* dapat dilakukan dalam beberapa contoh, misalnya pemerintah dapat menyediakan insentif dan infrastruktur, akademisi dapat melakukan penelitian untuk meningkatkan kualitas produk, pelaku bisnis dapat membuka akses pasar, komunitas dapat memproduksi barang dengan kualitas tinggi, dan media dapat mempromosikan produk tersebut kepada khalayak luas.

Proses pengembangan produk unggulan desa menjadi efektif ketika diintervensi oleh kolaborasi Pentahelix dalam empat tahapan esensial, menciptakan interaksi yang terintegrasi di antara kelima aktor.

Tahap I: Identifikasi, Pemetaan, dan Riset Potensi

Tahap awal ini didominasi oleh peran Akademisi dan Pemerintah. Pemerintah Desa memulainya dengan menyediakan data awal aset desa dan sejarah produk lokal melalui Pemetaan Potensi Dasar, memberikan pijakan informasi. Kemudian, Akademisi mengambil peran sentral dalam melakukan Analisis Komparatif melalui riset terapan, termasuk uji laboratorium dan uji pasar skala kecil, untuk membandingkan produk desa dengan produk sejenis di pasar. Berdasarkan temuan ini, Akademisi dan Komunitas bekerja sama merumuskan Penentuan *Unique Selling Proposition* (USP) produk, seperti bahan baku endemik atau proses pengolahan tradisional yang tidak dapat ditiru. Untuk menjamin relevansi pasar, pelaku usaha memberikan Validasi Produk dengan umpan balik awal mengenai kelayakan bisnis dan permintaan produk di pasar riil, sehingga menghindari pengembangan produk yang tidak laku.

Tahap II: Peningkatan Kualitas, Standarisasi, dan Legalitas

Tahap ini berfokus pada transformasi produk mentah menjadi produk yang siap dipasarkan dengan jaminan mutu, dan kembali Akademisi dan Pemerintah menjadi aktor kunci. Akademisi bertanggung jawab atas Peningkatan Kualitas Produksi melalui penerapan Teknologi Tepat Guna (TTG) dan pelatihan higienitas untuk memastikan efisiensi dan konsistensi. Paralel dengan itu, Pemerintah memfasilitasi dan menyubsidi biaya Standardisasi dan Sertifikasi, seperti pengurusan PIRT, Izin Edar, dan sertifikasi Halal, sebagai prasyarat untuk masuk ke pasar modern. Untuk daya tarik pasar, pelaku usaha menyediakan konsultasi Perbaikan *Packaging* dan *Branding*, merancang kemasan yang menarik, informatif, dan aman untuk distribusi. Sementara itu, Masyarakat/Komunitas memainkan perannya dalam Penguatan Kelembagaan dengan mengonsolidasikan BUMDES atau Kelompok Usaha Bersama sebagai badan hukum yang bertanggung jawab atas pengelolaan produksi dan keuangan.

Tahap III: Pengembangan Akses Pasar dan Promosi

Dalam tahap ini, dominasi beralih ke tangan pelaku usaha dan media, yang bertindak sebagai jembatan ke konsumen luas. Pelaku usaha menjadi garda terdepan dengan membuka Akses Pasar Digital, mengintegrasikan produk ke *platform e-commerce* nasional/global dan memberikan pelatihan *Digital Marketing*. Mereka juga bertanggung jawab atas Pemasaran Rantai Pasok (*Supply Chain*) dengan bertindak sebagai *off-taker* (pembeli terjamin) atau menjembatani produk ke ritel modern. Di sisi lain, Media berperan krusial dalam Pembangunan Citra Merek (*Brand Image*) melalui kampanye *storytelling* yang mengangkat kisah otentik produk. Sebagai penutup, Pemerintah mendukung dengan menyelenggarakan *Business Matching*, yakni forum pertemuan antara produsen desa dengan calon investor dan pembeli besar dari kalangan pelaku usaha.

Tahap IV: Keberlanjutan dan Replikasi

Tahap akhir ini menuntut kolaborasi penuh dari Semua Aktor untuk menjamin dampak jangka panjang. Akademisi dan Pemerintah bekerja sama melakukan Pemantauan dan Evaluasi melalui kajian dampak ekonomi dan sosial secara berkala untuk perbaikan program. Masyarakat memegang kunci Manajemen Keberlanjutan (*Sustainability*) dengan menjaga pasokan bahan baku secara berkelanjutan dan menjaga konsistensi kualitas produksi. Pelaku usaha menyuntikkan modal investasi untuk *Scaling Up* dan Replikasi, meningkatkan kapasitas pabrik. Akhirnya, Media memastikan Jaminan Komunikasi dengan terus meliput perkembangan dan tantangan, menjamin transparansi program, dan terus membangun kesadaran publik terhadap identitas produk unggulan desa yang telah berhasil dikembangkan. Seluruh proses ini menciptakan siklus yang terus menerus menyempurnakan produk dan model bisnis, menjamin bahwa hasil kolaborasi Pentahelix bukan sekadar proyek sesaat, tetapi fondasi ekonomi yang kokoh bagi desa.

3. Metode

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi pengembangan produk unggulan desa berbasis *One Village One Product* (OVOP) melalui kolaborasi model Pentahelix di Kabupaten Rote Ndao, Indonesia. Gay et.al dalam (Ratna Susanti et al., 2022) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan dalam bentuk deskriptif digunakan untuk memperoleh pemahaman mendalam dan menjawab pertanyaan terkait fenomena yang sedang diteliti. Pendekatan studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena dalam konteks alaminya secara menyeluruh, dengan mempertimbangkan kompleksitas sosial, ekonomi, dan kelembagaan yang melingkupinya. (Ridder, 2017) menekankan bahwa kekuatan studi kasus terletak pada kemampuannya mengeksplorasi fenomena dalam konteks nyatanya secara mendalam, serta menyesuaikan metode pengumpulan dan analisis data dengan status teoritik yang ingin dicapai. Lokasi penelitian dalam penelitian dilakukan di Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Rote Ndao. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang merupakan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti. Data primer diperoleh dari informan kunci melalui wawancara, observasi partisipatif, dan *Focus Group Discussion* (FGD). Data ini mencakup pandangan, pengalaman, peran, dan strategi spesifik masing-masing aktor Pentahelix, yakni: pemerintah desa dan daerah, akademisi, pelaku usaha lokal, komunitas masyarakat, serta media lokal. Sementara itu, data sekunder dihimpun dari berbagai

dokumen, laporan, kebijakan, dan arsip yang relevan, seperti Peraturan Desa (Perdes), Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa (RPJMDes), Laporan Kinerja Pemerintah Daerah, serta hasil-hasil riset Akademisi terkait OVOP, serta publikasi ilmiah dan pemberitaan media yang relevan. Pengumpulan data merupakan proses pengadaan data untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data dilakukan secara triangulatif melalui empat teknik utama: wawancara mendalam (in-depth interviews), observasi partisipatif, studi dokumentasi, dan *Focus Group Discussion* (FGD). Analisis data dilakukan secara induktif menggunakan pendekatan tematik, dengan bantuan perangkat lunak NVivo 12 untuk proses pengkodean terbuka, kategorisasi tema, serta visualisasi keterkaitan antar data. Model Pentahelix digunakan sebagai kerangka analitis untuk memetakan peran, kontribusi, dan pola kolaborasi antar lima aktor utama dalam inisiatif pengembangan produk unggulan desa. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat validitas interpretasi, tetapi juga memungkinkan pembacaan yang lebih kaya terhadap konteks lokal dan dinamika antar pemangku kepentingan. Sebagaimana tercermin dalam penelitian yang dilakukan oleh (Rahman & Wardana, 2025), (Ratna Susanti et al., 2022), dan (Novy Setia Yunas et al., 2023), pendekatan Model Pentahelix terbukti efektif sebagai landasan analisis dalam studi kualitatif deskriptif untuk mengidentifikasi peran serta kolaborasi antar pemangku kepentingan di tingkat desa. Melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan diskusi kelompok terfokus (FGD), studi-studi tersebut berhasil membangun pemahaman mendalam (*thick description*) mengenai dinamika sosial-ekonomi lokal, yang pada gilirannya memperkuat akurasi interpretasi dan ketepatan strategi pengembangan yang kontekstual.

4. Hasil Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Potensi Sektor Unggulan Di Kabupaten Rote Ndao

Berdasarkan hasil analisis data wawancara menggunakan perangkat lunak Nvivo 12 melalui fitur Word Frequency Query, ditemukan bahwa kata-kata seperti “hasil”, “perikanan”, dan “potensi” muncul paling dominan dengan frekuensi 1,63%. Selanjutnya, kata “ekonomi” dan “kelautan” tercatat dengan frekuensi sebesar 1,31%, diikuti oleh kata “menjadi” dan “sektor” yang masing-masing muncul sebanyak 0,98%. Pola frekuensi ini mengindikasikan bahwa fokus utama narasi para informan tertuju pada isu potensi sektor unggulan di Kabupaten Rote Ndao. Secara khusus, sektor kelautan dan perikanan diidentifikasi sebagai komoditas strategis yang memiliki kontribusi signifikan terhadap penguatan ekonomi, terutama dalam konteks pembangunan di wilayah tersebut.



Gambar 1. Word Frequency Query Potensi Lokal dan Sektor Unggulan *Data*
Diolah Nvivo 12 Tahun 2025

Strategi Implementasi Konsep *One village one product* (OVOP) Yang Efektif Untuk Mengembangkan Sektor Unggulan Di Kabupaten Rote Ndao

Analisis data wawancara menggunakan fitur Word Frequency Query pada perangkat lunak Nvivo 12 mengungkap bahwa kata “strategi” muncul paling dominan (1,75%), disusul oleh “akses”, “pelatihan”, “fokus”, dan “produk” (masing-masing 1,31%), serta “lokal” dan “melalui” (0,87%). Pola kemunculan kata-kata tersebut mencerminkan orientasi informan yang kuat terhadap perumusan strategi pengembangan *One Village One Product* (OVOP) yang efektif di Kabupaten Rote Ndao. Dalam pandangan informan, implementasi OVOP tidak sekadar bertumpu pada eksplorasi potensi lokal, melainkan dipahami sebagai proses strategis yang melibatkan pelatihan, penguatan akses terhadap pasar dan permodalan, serta konsentrasi pada pengembangan produk lokal yang bernilai tambah dan berdaya saing.



Gambar 2. Word Frequency Query strategi implementasi konsep *One village one product* (OVOP)

Data Diolah Nvivo 12, Tahun 2025

Peran Masing-Masing Elemen *Pentahelix* (Akademisi, Bisnis, Komunitas, Pemerintah, Dan Media) Dalam Mengidentifikasi Dan Mengembangkan Sektor Unggulan Kabupaten Rote Ndao

A. Peran Ideal dalam Kolaborasi *Pentahelix*

Berdasarkan analisis data wawancara menggunakan fitur Word Frequency Query pada perangkat lunak Nvivo 12, kata “peran” mendominasi percakapan informan dengan frekuensi 2,08%, diikuti oleh kata “potensi” (1,73%), serta “mengembangkan”, “mengidentifikasi”, “sektor”, dan “unggulan” (masing-masing 1,38%). Frekuensi kemunculan kata-kata tersebut mencerminkan perhatian informan terhadap pentingnya sinergi antar unsur *pentahelix*, yaitu pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan media dalam mengidentifikasi dan mengembangkan sektor-sektor pariwisata unggulan yang tersebar di Kabupaten Rote Ndao. Kolaborasi lintas sektor ini dipandang sebagai fondasi strategis untuk mendorong pertumbuhan



B. Mekanisme Koordinasi & Sinergi *Pentahelix*

Hasil analisis data wawancara menggunakan fitur Word Frequency Query pada perangkat lunak Nvivo 12 menunjukkan bahwa kata “koordinasi” paling dominan muncul dalam narasi informan (2,08%), diikuti oleh “potensi” (1,73%), serta “faktor”, “hambatan”, “mekanisme”, “sinergi”, dan “pendukung” (masing-masing 1,59%). Selain itu, kata “masing”, “pihak”, dan “pentahelix” juga muncul dengan frekuensi yang cukup signifikan (1,27%). Pola ini mengindikasikan bahwa informan menempatkan koordinasi sebagai elemen kunci dalam membangun sinergi antarpihak dalam kerangka kolaborasi pentahelix. Keberhasilan pengembangan sektor unggulan di Kabupaten Rote Ndao dipandang sangat bergantung pada mekanisme koordinasi yang terstruktur, komunikasi yang transparan, serta pembagian peran yang proporsional antar unsur pentahelix—pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan media. Dengan demikian, koordinasi yang efektif bukan sekadar instrumen teknis, melainkan fondasi strategis dalam menciptakan kolaborasi lintas sektor yang berkelanjutan dan berdampak nyata pada penguatan ekonomi berbasis potensi lokal.



Pembahasan

Potensi Sektor Unggulan Di Kabupaten Rote Ndao

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sektor kelautan dan perikanan merupakan potensi lokal yang paling menonjol di Kabupaten Rote Ndao. Hal ini sejalan dengan pernyataan (Christiana et al., 2024) Sektor perikanan berperan penting dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi sekitar 2,5% terhadap PDB di tahun 2022, serta menyimpan potensi nilai tambah tinggi melalui hilirisasi produk yang mampu memperkuat daya saing, menciptakan lapangan kerja, dan mendukung keberlanjutan

ekonomi pesisir melalui produk olahan seperti fillet ikan, ikan kaleng, tepung ikan, minyak ikan, hingga chitosan dari limbah kulit udang memiliki nilai jual yang jauh lebih tinggi. Seluruh informan (diwakili oleh HIPMI) menekankan pentingnya pengolahan hasil laut menjadi produk bernilai tambah sebagai langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Camat menegaskan bahwa pengolahan hasil laut memiliki peran strategis dalam meredam fluktuasi harga sekaligus membuka peluang lapangan kerja di tingkat lokal. Di sisi lain, media lokal menyoroti urgensi promosi dan penguatan narasi berbasis kearifan lokal sebagai upaya membangun identitas daerah. Kalangan akademisi mendorong pengembangan sektor kelautan melalui pendekatan berbasis riset dan inovasi produk. Sementara itu, HIPMI sebagai representasi pelaku usaha melihat hilirisasi komoditas kelautan sebagai peluang pasar yang prospektif. Pemerintah daerah turut mengambil peran penting melalui fasilitasi, pembinaan UMKM, serta penyediaan infrastruktur pendukung. Menurut (Wardana et al., 2024), sektor perikanan memainkan peran strategis dalam mendukung ketahanan pangan nasional. Selain menyediakan sumber utama protein hewani berkualitas tinggi, sektor ini juga berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, khususnya melalui peluang ekspor yang besar dan berkelanjutan.

Namun, terdapat kendala utama yang dihadapi, yaitu kecenderungan masyarakat untuk mengelola potensi sumber daya alam secara individual. Pola kerja yang berjalan sendiri-sendiri ini menghambat sinergi dalam meningkatkan nilai tambah dan memperluas jangkauan pasar produk lokal. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sobariah & Herlambang, 2025) yang menyatakan bahwa peningkatan akses pasar dan efisiensi rantai nilai merupakan kunci dalam memperkuat keberlanjutan dan ketahanan perikanan skala kecil di Indonesia. Meskipun berperan penting dalam produksi dan ekspor ikan nasional, nelayan kecil masih menghadapi hambatan seperti keterbatasan infrastruktur, ketergantungan pada perantara, serta lemahnya dukungan kelembagaan. Kondisi ini mengurangi daya tawar dan pendapatan mereka. Hasil analisis NVivo 12 juga menunjukkan fokus utama pembicaraan informan terletak pada potensi hasil laut, sektor perikanan, dan penguatan ekonomi lokal. Temuan ini mendukung relevansi pendekatan One Village One Product (OVOP) dalam pengembangan kelautan dan perikanan sebagai strategi berkelanjutan untuk mendorong ekonomi desa, dengan catatan penting pada penguatan kolaborasi dan tata kelola komunitas.

Strategi Implementasi Konsep *One village one product* (OVOP) Yang Efektif Untuk Mengembangkan Sektor Unggulan Di Kabupaten Rote Ndao

Pengembangan sektor-sektor unggulan yang berbasis pada potensi lokal di Kabupaten Rote Ndao memerlukan perancangan strategi implementasi konsep One Village One Product (OVOP) yang sistematis, berorientasi jangka panjang, dan berkelanjutan. Temuan dari hasil wawancara mendalam dengan para aktor kunci yang merepresentasikan unsur Pentahelix mengindikasikan adanya konsensus bahwa penerapan OVOP idealnya dilakukan secara holistik, dimulai dari tahapan pemetaan dan identifikasi potensi lokal, penguatan kapasitas kelompok pelaku usaha, hingga optimalisasi akses terhadap pasar yang lebih luas. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Rusdiono & Darmawan Sudagung, 2024) yang menunjukkan bahwa keberhasilan program OVOP di Kabupaten Sambas sangat dipengaruhi oleh pemetaan potensi desa yang akurat serta dukungan kelembagaan dalam proses pembinaan

usaha. Demikian pula, studi (Susanti et al., 2022) di Desa Bukit Payung menegaskan bahwa pelatihan keterampilan teknis dan penguatan kapasitas masyarakat menjadi faktor kunci dalam mewujudkan produk unggulan desa berbasis sumber daya lokal. Lebih lanjut, (Setiawan & Yusuf, 2025) dalam konteks Kabupaten Kudus menggarisbawahi pentingnya strategi diversifikasi produk dan pembangunan klaster ekonomi desa sebagai sarana optimalisasi nilai tambah serta peningkatan daya saing melalui perluasan jaringan pasar. Ketiga studi tersebut memperkuat urgensi perlunya pendekatan holistik dan kolaboratif dalam implementasi OVOP, terutama pada wilayah dengan struktur sosial dan ekonomi yang masih berkembang seperti di Kabupaten Rote Ndao.

Hasil wawancara dengan para pemangku kepentingan menunjukkan adanya kesamaan pandangan terkait strategi implementasi One Village One Product (OVOP) yang terfokus dan terintegrasi. Camat menekankan urgensi pendampingan intensif yang berkelanjutan, dimulai dari pelatihan teknis produksi hingga strategi pemasaran, dengan orientasi pada pengembangan satu produk unggulan per desa guna menghindari duplikasi dan kompetisi internal antarwilayah. Perspektif media lokal turut memperkuat pentingnya penguatan identitas produk melalui strategi promosi visual yang menarik dan narasi berbasis kearifan lokal, termasuk pemanfaatan event atau festival sebagai sarana peningkatan visibilitas produk. Di sisi lain, akademisi menyoroti kebutuhan akan riset partisipatif yang melibatkan komunitas lokal secara aktif, serta penerapan teknologi tepat guna yang hasilnya dikembangkan lebih lanjut melalui pelatihan berbasis bukti (*evidence-based training*). Komunitas pelaku usaha, seperti HIPMI, mendorong pendekatan pengembangan produk yang berorientasi pada kebutuhan pasar (*market-driven*), dengan penekanan pada peningkatan kualitas, penguatan merek (*branding*), dan perluasan akses distribusi yang kompetitif. Sementara itu, pemerintah daerah mengambil peran strategis dalam merancang kebijakan terpadu yang mencakup pemetaan potensi desa, penyediaan sarana produksi, pelatihan keterampilan teknis, fasilitasi perizinan usaha, pembiayaan melalui akses permodalan, serta penguatan jejaring pasar melalui skema kemitraan dan partisipasi aktif dalam pameran produk. Pendekatan multipihak ini menegaskan pentingnya kolaborasi lintas sektor dalam mewujudkan ekosistem OVOP yang berkelanjutan dan kontekstual sesuai karakteristik lokal.

Namun, strategi yang dirancang masih menghadapi kendala dalam hal koordinasi lintas sektor dan kesenjangan kapasitas pelaku di tingkat desa. Beberapa desa juga belum memiliki kelembagaan ekonomi yang cukup kuat untuk mengelola dan mengembangkan produk unggulan secara konsisten. (Akadun, 2016) menjelaskan bahwa kinerja lembaga ekonomi lokal dipengaruhi oleh manajemen yang profesional, dukungan pemerintah yang berkelanjutan, partisipasi masyarakat, integrasi dengan perencanaan pembangunan, serta jenis usaha yang dikelola. Kepemimpinan visioner, sistem manajemen inovatif, dan kejelasan struktur organisasi juga menjadi penentu efektivitas. Semua faktor ini berjalan optimal ketika didasarkan pada sistem nilai bersama dalam komunitas. (Kurniasih et al., 2020) juga menekankan hubungan antara sektor bisnis dan pemerintah pada era pasca-otonomi desa bersifat saling mempengaruhi. Pemerintah mendorong pertumbuhan bisnis melalui kebijakan strategis, sementara sektor bisnis memberi kontribusi dalam bentuk kapasitas kewirausahaan yang dapat merangsang inovasi dan pengembangan usaha oleh pemerintah desa.

Hasil analisis menggunakan NVivo 12 menunjukkan bahwa percakapan informan sangat terfokus pada kata “strategi”, “pelatihan”, “akses”, “produk”, dan “lokal”. Hal ini mencerminkan bahwa strategi implementasi OVOP tidak hanya dipahami sebagai pengolahan potensi lokal, tetapi juga sebagai proses pengembangan yang mencakup penguatan kapasitas SDM, perluasan akses pasar, dan penekanan pada kualitas serta keunikan produk desa. Dengan demikian, strategi implementasi OVOP yang efektif di Kabupaten Rote Ndao harus mengedepankan pendekatan kolaboratif lintas sektor, berbasis riset dan kebutuhan pasar, serta disertai pembinaan berkelanjutan yang dapat memperkuat posisi produk unggulan desa di pasar yang lebih luas.

Peran Masing-Masing Elemen *Pentahelix* (Akademisi, Bisnis, Komunitas, Pemerintah, Dan Media) Dalam Mengidentifikasi Dan Mengembangkan Sektor Unggulan Kabupaten Rote Ndao

A. Peran Ideal dalam Kolaborasi *Pentahelix*

Pendekatan *pentahelix* dalam pembangunan desa menekankan pentingnya sinergi lintas sektor yang melibatkan lima aktor utama: pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas (dalam hal ini HIPMI), dan media. Dalam konteks pengembangan sektor unggulan pada Kabupaten Rote Ndao, efektivitas peran masing-masing aktor menjadi elemen strategis untuk menjamin keberlanjutan program berbasis potensi lokal seperti One Village One Product (OVOP). Temuan hasil wawancara menunjukkan adanya pemahaman kolektif di antara para pemangku kepentingan terkait peran mereka yang bersifat saling melengkapi. Pemerintah, menurut penjelasan pihak kecamatan, berperan sebagai pengarah dan fasilitator yang memastikan terjalannya koordinasi antar-aktor melalui kebijakan yang berpihak pada penguatan ekonomi desa. Akademisi berkontribusi melalui riset ilmiah dan inovasi aplikatif guna mendorong pengembangan produk unggulan yang berkelanjutan. Media memainkan fungsi strategis dalam menyebarkan informasi dan membentuk narasi positif mengenai produk desa kepada publik. Sementara itu, komunitas yang diwakili HIPMI menjalankan peran sebagai katalisator ekonomi lokal, terutama dalam pembinaan kewirausahaan, penguatan merek, dan strategi distribusi. Adapun pihak dari instansi teknis pemerintah menekankan pentingnya dukungan regulatif, fasilitasi teknis, penyediaan infrastruktur, serta akses terhadap permodalan sebagai prasyarat keberhasilan program.

Meskipun pemahaman mengenai peran masing-masing aktor dalam model *Pentahelix* telah terbangun secara konseptual, tantangan signifikan masih ditemui pada tahap implementasi, khususnya dalam menjaga kesinambungan sinergi serta efektivitas distribusi peran di tingkat operasional. Kondisi ini menunjukkan perlunya penguatan melalui forum kolaboratif yang dirancang secara sistematis dan berkesinambungan guna mengoptimalkan kontribusi lintas sektor. Temuan analisis data dengan perangkat lunak NVivo 12 mengindikasikan bahwa istilah “peran” menjadi kata yang paling dominan dalam narasi para informan, disusul oleh kata-kata seperti “potensi”, “mengembangkan”, “mengidentifikasi”, “sektor”, dan “unggulan”. Frekuensi kemunculan istilah-istilah tersebut merefleksikan orientasi utama informan pada pentingnya kejelasan peran strategis tiap elemen dalam mendukung pengembangan sektor unggulan sebagai upaya peningkatan daya saing ekonomi desa maupun daerah secara menyeluruh. (Yuniarti et al., 2024) menjelaskan bahwa keberhasilan model *pentahelix* sangat bergantung pada koordinasi berkelanjutan dan

kesetaraan peran antar actor. Selain itu, (Gentari et al., 2024) juga menekankan bahwa keberhasilan model pentahelix bergantung juga pada komitmen yang kuat, kejelasan regulasi dan sistem koordinasi antar lembaga yang konsisten. Dengan demikian, kolaborasi *Pentahelix* yang ideal memerlukan komitmen lintas sektor, peran yang terdefinisi dengan baik, dan ruang koordinasi yang konsisten agar program pembangunan berbasis potensi lokal dapat berjalan secara berkelanjutan dan tepat sasaran.

B. Mekanisme Koordinasi & Sinergi *Pentahelix*

Koordinasi dan sinergi menjadi elemen krusial dalam keberhasilan implementasi konsep *One village one product* (OVOP) di Kabupaten Rote Ndao. Lebih dari sekadar kekuatan individu dari tiap unsur *Pentahelix*, keberhasilan program ini ditentukan oleh sejauh mana unsur-unsur tersebut dapat bekerja bersama secara harmonis melalui mekanisme koordinasi yang terstruktur dan kolaboratif. Berdasarkan hasil wawancara, para informan menekankan bahwa koordinasi yang efektif harus ditopang oleh komunikasi terbuka, pembagian peran yang jelas, dan forum yang rutin untuk menyatukan visi dan langkah kerja. Penelitian (Sienkiewicz-Małyjurek & Owczarek, 2021) menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi dan koordinasi dalam suatu jaringan kerja menuntut adanya *platform* bersama yang membangun kesamaan persepsi, serta penerapan konsistensi dan fleksibilitas dalam praktiknya. Komunikasi berfungsi sebagai pemicu dan pengikat, namun pada saat yang sama membentuk hubungan yang resiprokal dengan koordinasi, sehingga keduanya saling melengkapi dan berkembang secara paralel. Hal ini sejalan dengan pernyataan informan, dimana Camat menekankan pentingnya rapat rutin lintas sektor yang memperkuat komitmen bersama. Media menggarisbawahi perlunya keterbukaan informasi dan data dari semua pihak agar promosi dan pengawasan berjalan transparan. Akademisi menyarankan pembentukan tim lintas sektor yang memfasilitasi pertukaran pengetahuan dan pengalaman. Komunitas (HIPMI) menyoroti perlunya kolaborasi berbasis proyek bersama dengan manfaat yang dirasakan langsung oleh semua pihak. Pemerintah daerah melalui dinas teknis menegaskan pentingnya forum resmi *Pentahelix* yang dilandasi payung hukum dan integrasi program.

Namun demikian, para informan juga mengidentifikasi sejumlah hambatan dalam pelaksanaan koordinasi, seperti ego sektoral, perbedaan kepentingan, lambatnya birokrasi, dan kurangnya pemahaman lintas sektor. Hal ini menunjukkan bahwa selain struktur dan platform koordinasi, diperlukan juga komitmen kolektif serta kesediaan untuk menyelaraskan tujuan demi hasil yang berkelanjutan. Hasil analisis menggunakan software NVivo 12 menunjukkan bahwa kata “koordinasi” mendominasi percakapan informan, diikuti oleh kata-kata seperti “potensi”, “faktor”, “hambatan”, “mekanisme”, dan “sinergi”. Temuan ini mengindikasikan bahwa perhatian utama para informan tertuju pada pentingnya membangun sistem koordinasi yang kuat sebagai fondasi utama kolaborasi *Pentahelix* dalam pengembangan sektor unggulan berbasis potensi lokal. Dengan demikian, mekanisme koordinasi yang terbuka, terjadwal, dan dilengkapi struktur peran yang jelas menjadi syarat utama untuk menciptakan sinergi lintas sektor yang berdaya guna dalam mendorong pembangunan ekonomi desa secara menyeluruh dan berkelanjutan.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pengembangan sektor unggulan desa berbasis *One village one product* (OVOP) melalui kolaborasi *Pentahelix* di Kabupaten Rote Ndao, diperoleh beberapa kesimpulan utama sebagai berikut:

1. Potensi Sektor Unggulan di Kabupaten Rote Ndao memiliki potensi lokal yang sangat kuat, terutama di sektor kelautan dan perikanan. Seluruh unsur *Pentahelix* sepakat bahwa hasil laut dapat dikembangkan menjadi produk bernilai tambah melalui pengolahan dan hilirisasi, sehingga tidak hanya mengatasi fluktuasi harga tetapi juga membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat. Namun, potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan secara kolektif karena masih dominannya pola kerja masyarakat yang individualistik.
2. Strategi Implementasi OVOP yang efektif harus mencakup proses secara menyeluruh, mulai dari identifikasi potensi, pelatihan teknis, penguatan kelembagaan, hingga perluasan akses pasar. Unsur *Pentahelix* menyarankan pendekatan yang berbasis riset, teknologi tepat guna, narasi lokal, dan kebutuhan pasar. Kendala utama terletak pada keterbatasan kapasitas pelaku lokal dan kurangnya koordinasi yang menyeluruh antar sektor.
3. Masing-masing unsur *Pentahelix* memiliki peran yang saling melengkapi. Pemerintah sebagai fasilitator dan pengarah, akademisi sebagai penyedia riset dan inovasi, media sebagai promotor dan penjaga transparansi, komunitas (HIPMI) sebagai penggerak ekonomi lokal, dan pelaku usaha sebagai pembuka akses pasar. Kejelasan peran dan konsistensi dalam pelaksanaan menjadi faktor penentu keberhasilan program OVOP.
4. Koordinasi antar unsur *Pentahelix* harus dilakukan secara terstruktur melalui forum kolaboratif yang rutin dan inklusif. Koordinasi ini perlu didukung oleh komunikasi terbuka, pembagian peran yang jelas, dan kepemimpinan yang kuat. Hambatan seperti ego sektoral, lambatnya birokrasi, dan kurangnya pemahaman lintas sektor menjadi tantangan utama yang harus diatasi untuk menciptakan sinergi yang berkelanjutan.

Dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan sektor unggulan berbasis OVOP melalui kolaborasi *Pentahelix* di Kabupaten Rote Ndao memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian lokal. Keberhasilan implementasi sangat bergantung pada sinergi antar unsur *Pentahelix*, penguatan kapasitas pelaku usaha, serta mekanisme koordinasi yang terstruktur dan berkelanjutan. Namun, tantangan seperti pola kerja yang masih individualistik dan hambatan koordinasi lintas sektor perlu diatasi agar program ini dapat berjalan efektif dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan Produk Unggulan Desa Berbasis *One village one product* (OVOP) Melalui Kolaborasi *Pentahelix* Di Kabupaten Rote Ndao, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pemerintah
Pemerintah perlu meningkatkan fasilitasi melalui pelatihan teknis dan pendampingan usaha yang menyeluruh, serta menyediakan infrastruktur yang memadai untuk mendukung UMKM. Selain itu, pemerintah harus memperkuat koordinasi lintas sektor dengan membentuk forum kolaboratif yang rutin dan inklusif, memberikan kemudahan dalam regulasi, perizinan, dan akses permodalan, sehingga pelaku usaha dapat berkembang secara optimal.
2. Akademisi

Akademisi disarankan untuk terus melakukan riset partisipatif yang mendukung inovasi produk dan teknologi tepat guna sesuai kondisi lokal. Peran akademisi juga penting dalam mentransfer ilmu dan memberikan pelatihan manajerial kepada pelaku usaha desa, serta membantu pemetaan potensi lokal secara ilmiah untuk memperkuat perencanaan pembangunan.

3. Media

Media hendaknya lebih aktif dalam melakukan promosi produk unggulan desa dengan mengangkat cerita dan keunikan lokal melalui berbagai platform komunikasi. Media juga perlu berperan sebagai penjaga transparansi dan pengawas agar program pengembangan berjalan efektif dan akuntabel, serta memfasilitasi kolaborasi antar pelaku usaha dan komunitas dalam membangun citra positif produk desa.

4. Pelaku Usaha / Komunitas (HIPMI)

Pelaku usaha dan komunitas seperti HIPMI dianjurkan untuk fokus meningkatkan kualitas produk, mengembangkan branding, serta memperluas jaringan distribusi, termasuk akses ke pasar digital. Mereka juga dapat berperan sebagai mentor dan penggerak ekonomi lokal dengan membantu membangun kapasitas UMKM serta mendorong kolaborasi antar pelaku usaha di tingkat desa.

5. Masyarakat Desa

Masyarakat diharapkan meninggalkan pola kerja yang bersifat individualistik dalam mengelola potensi sumber daya alam dan mulai membangun kelembagaan ekonomi desa secara bersama-sama. Pengelolaan potensi secara kolektif dapat meningkatkan nilai tambah dan memperluas jangkauan pasar produk lokal. Masyarakat juga disarankan untuk aktif mengikuti pelatihan dan pendampingan yang disediakan, serta berpartisipasi dalam forum koordinasi dan kolaborasi yang melibatkan berbagai unsur *Pentahelix*. Selain itu, menjaga kelestarian sumber daya alam secara berkelanjutan menjadi tanggung jawab bersama demi masa depan ekonomi desa yang lebih baik.

Dengan melaksanakan saran-saran tersebut, diharapkan pengembangan sektor unggulan berbasis OVOP di Kabupaten Rote Ndao dapat berlangsung secara efektif, memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat, serta menciptakan sinergi yang kuat antara seluruh pelaku *Pentahelix* dan masyarakat demi kemajuan desa dan daerah secara berkelanjutan.

6. Daftar Pustaka

- Abdullah, M. T., Sabir, S., Syahribulan, S., & Nurjaya, M. (2024). Fostering Rural Economic Development through Penta-Helix Collaboration: A Case Study of Village-Owned Enterprises (BUMDesa) in Maros Regency, Indonesia. *South Eastern European Journal of Public Health*, XXV, 1346–1355. <https://doi.org/10.70135/seejph.vi.2462>
- Adriani, R. N. (2017). Implementasi Program One Village One Product (Ovop) Pada Koperasi Paguyuban Tenun Troso Kabupaten Jepara. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Undip*, 6(4), 321–330.
- Akadun. (2016). Local Economic Institutional Capacity Development. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Pemerintahan Indonesia*, 3(2), 181–195. <http://jiapi.ut.ac.id/index.php/jiapi/index>
- Aminullah, A., & Wusko, A. U. (2025). Pentahelix Model to Create Shared Value in Empowering the People of Winong Village, Gempol District, Pasuruan Regency.

- Global Review of Tourism and Social Sciences*, 1(2), 59–67.
<https://doi.org/10.53893/grtss.v1i2.348>
- Asriati, N. (2015). Pengembangan Kawasan Terpadu Mandiri Dengan Pendekatan Model One Village One Product (Ovop) Daerah Transmigrasi Rasau Jaya. *Jurnal Economia*, 11(1), 72. <https://doi.org/10.21831/economia.v11i1.7757>
- Ayu, I. W., Nurwahidah, S., & Hartono, Y. (2021). Strategi Pengembangan Komoditas Lokal untuk Penerapan One Village One Product (OVOP) di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(2), 306–314. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.02.03>
- Azizah, N., & Kriswibowo, A. (2020). One Village One Brand for Sustainable Rural Economic Development: A Three Stream Perspective. *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, 8(1), 96–105. <https://doi.org/10.14710/jwl.8.1.96-105>
- Brännback, M., Carsrud, A., Krueger, N., & Elfving, J. (2008). Challenging the triple helix model of regional innovation systems: A venture-centric model. *International Journal of Technoentrepreneurship*, 1(3), 257–277. <https://doi.org/10.1504/IJTE.2008.020539>
- Christiana, D. W., Pairunan, R., & Ibrahim, L. K. J. (2024). Menuju Hilirisasi Sektor Perikanan Indonesia yang Kuat dan Berkelanjutan. WRI Indonesia. <https://wri-indonesia.org/id/wawasan/menuju-hilirisasi-sektor-perikanan-indonesia-yang-kuat-dan-berkelanjutan>
- Cita, F. A., Basuni, S., & Rachmawati, E. (2025). Pentahelix Stakeholder Analysis in Developing Ecotourism Based on Paradisaea minor jobiensis Conservation in Sawendui, Yapen Islands. *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam Dan Lingkungan*, 15(1), 143–153. <https://doi.org/10.29244/jpsl.15.1.143>
- Gentari, K., Hamidah, H., & Zulkifli, Z. (2024). Penta Helix Model for Sustainability Performance of Palm Oil Plantation Companies in South Sumatera Province. *International Journal of Social ...*, 4(2), 251–264. <https://bajangjournal.com/index.php/IJSS/article/view/8481%0Ahttps://bajangjournal.com/index.php/IJSS/article/download/8481/6619>
- Hasan, R. O., Sahara, L. S., Abidin, J., & Erfinda, Y. (2025). Peran Kolaborasi Pentahelix dalam Pengembangan Destinasi Wisata Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru, Kab. Karawang – Jawa Barat. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(2 SE-Articles), 919–930. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/18278>
- Hermuningsih, S., & Wardani, D. K. (2011). Pendekatan OVOP (One Village One Product) Sebagai Program Pengembangan Dan Kebijakan IKM dan UMKM Dengan Keunggulan Daerah. *Jogja Ekonomi Bisnis Forum*, 41–59.
- Hoerniasih, N., Hufad, A., Wahyudin, U., Sudiapermana, E., Yunus, D., & Sukmana, C. (2022). Pentahelix Based Entrepreneurship Management At Pkbm Asholahiyah. *International Journal of Professional Business Review*, 7(3), 1–15. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i3.e616>
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2025). Tentang OVOP. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. <https://ovop.kemenperin.go.id/tentang-kami/>
- KUMARANANDA, I. G. V., SUTJIPTA, N., & ANGGRENI, I. G. A. A. L. (2018). Keberlanjutan Program One Village One Product melalui Manajemen Koperasi Tani Mertanadi di Desa Pelaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 7(4), 592.

- <https://doi.org/10.24843/jaa.2018.v07.i04.p14>
- Kurniasih, D., Setyoko, P. I., & Imron, M. (2020). Kapasitas Bisnis Pemerintah Desa dalam Perspektif Business-Government Relationship Pasca Implementasi Otonomi Desa di Indonesia (Kasus di Kabupaten Banyumas). *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 3(1), 86–95. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v3i1.927>
- Kusuma, I. M. W. A., Sucandrawati, N. L. K. A. S., & Laksmi, N. P. A. D. (2022). Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Produk Dan Pemanfaatan Digital Marketing Pada Umkm Kuliner Di Denpasar. *Nusantara Hasana Journal*, 2(3), 164–178. www.baliprov.go.id
- Lelyana, N., & Sarjito, A. (2024). Dampak Pemekaran Daerah terhadap Pertahanan Negara : Studi Undang- Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau*, 4(1), 29–45.
- Maghfira, S. R., & Pratiwi, W. D. (2024). Kolaborasi Dan Sinergitas Peran Pentahelix Dalam Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata Pulau Pramuka Kepulauan Seribu. *Warta Pariwisata*, 22(2), 61–66. <https://doi.org/10.5614/wpar.2024.22.2.04>
- Mahadewi, A. A. A. D. P., & Suasana, I. G. A. K. G. (2023). The Role of Competitive Advantage in Mediating the Effect of Market Orientation on Marketing Performance Florist in Denpasar City. *International Journal of Social Science and Business*, 7(3), 528–539. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i3.60840>
- Maharani, Y. A., Huda, M. M., & Swasanti, I. (2024). Formulasi Kebijakan Pemekaran Desa Di Desa Ngumpakdalem Kecamatan Dander Kabupaten Bojonegoro. *Sawala Jurnal Administrasi Negara*, 12(1), 115–132.
- Makasili, V. C., Lengkong, F. D. ., & Kiyai, B. (2020). PENGARUH IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMEKARAN WILAYAH TERHADAP PENINGKATAN PELAYANAN PUBLIK DI DESA APENG SEMBEKA KECAMATAN SANGKUB KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW UTARA. *JURNAL ADMINISTRASI PUBLIK*, 6(92), 1–5. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/JAP/article/view/29467>
- Malik, A., & Mulyono, S. E. (2017). Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal melalui Pemberdayaan Masyarakat. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 1(1), 87–101. <https://doi.org/10.15294/pls.v1i1.15151>
- Novy Setia Yunas, Susanti, A., Nadya Izana, N., & Widyawati, W. (2023). The Pentahelix Model in the Development of Agro-Culture-Based Edutourism in the Taman Nasional Bromo Tengger Semeru Buffer Village Area (A Study in Tosari Village, Pasuruan Regency and Sapikerep Village, Probolinggo Regency). *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 11(1), 76–85. <https://doi.org/10.22500/11202344218>
- Prasetyo, N. D., Arrsa, R. C., Haq, M. C. A., & Dewi, R. C. K. (2023). The Juridical Framework of the Pentahelix Model in the Preparation of Regional Medium-Term Development Planning. *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan*, 11(3), 569–588. <https://doi.org/10.29303/ius.v11i3.1286>
- Rahman, A. F., & Wardana, A. A. (2025). Successful Model of Implementation of the Pentahelix Concept in Developing Cultural-Based Tourism Destinations in Aeng Tong – Tong Village. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 6(1), 99–107. <https://doi.org/10.36276/jap.v6i1.712>
- Ramadona, D. D., & Ajidin, A. (2024). Implementasi Kebijakan One Village One Product (Ovop) Terlaksana Pada Kampung Rendang Di Kota Payakumbuh. *Journal*

- Publicuho*, 7(3), 1460–1470. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i3.505>
- Ratna Susanti, Suci Purwandari, & Basnendar Herry Prilosadoso. (2022). Penta Helix As Strategy of Tourism Village Development in Karangasem Village, Bulu District, Sukoharjo Regency. *International Journal of Social Science*, 2(4), 1979–1984. <https://doi.org/10.53625/ijss.v2i4.4261>
- Ridder, H. G. (2017). The theory contribution of case study research designs. *Business Research*, 10(2), 281–305. <https://doi.org/10.1007/s40685-017-0045-z>
- Rusdiono, R., & Darmawan Sudagung, A. (2024). The Implementation of One Village One Product (OVOP) Program in Sambas Regency. *Policy & Governance Review*, 8(1), 58. <https://doi.org/10.30589/pgr.v8i1.904>
- Safitri, N. R., & Wulandari, E. (2024). Pengaruh Pemekaran Desa terhadap Efektivitas dan Efisiensi Pelayanan Publik: Studi Kasus di Desa Berinding. *Sikap*, 11(1), 1–7.
- Samosir, A. P. (n.d.). *Pemekaran Daerah: Kebutuhan Atau Euforia Demokrasi? UNTUNGNYA PEMEKARAN* Disusun. Badan Kebijakan Fiskal Kemenkeu. Retrieved July 8, 2025, from https://fiskal.kemenkeu.go.id/files/berita-kajian/file/Untungnya_Pemekaran_APS.pdf
- Saputro, K. E. A., Hasim, Karlinasari, L., & Beik, I. S. (2023). Evaluation of Sustainable Rural Tourism Development with an Integrated Approach Using MDS and ANP Methods: Case Study in Ciamis, West Java, Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/su15031835>
- Schumann, F. R. (2016). A Study of One Village One Product (OVOP) and Workforce Development: Lessons for Engaging Rural Communities around the World. *Journal of International OVOP Policy*, 671, 1–23.
- Setiawan, A. B., & Yusuf, M. (2025). Empowering Village Economies : Strategies for Leading Product-Based Development in Kudus Regency. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI & BISNIS*, 13(1), 31–50.
- Sienkiewicz-Małyjurek, K., & Owczarek, T. (2021). Complementarity of communication and coordination in ensuring effectiveness of emergency management networks. *Sustainability (Switzerland)*, 13(1), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su13010221>
- Siga, Y., Rega, R., & Ula, S. M. U. (2024). *Kecamatan Loaholu dalam Angka 2024*.
- Siga, Y., Ula, S. M. U., & Aji, N. P. A. (2024). *Kecamatan Rote Barat Laut dalam Angka 2024*.
- Sobariah, S., & Herlambang, T. (2025). Market Access and Value Chain Efficiency in Small-Scale Fisheries: A Case Study from Indonesia. *The Journal of Academic Science Journal Homepage*, 2(6), 1639–1646. <https://thejoas.com/index.php/%0AMarket>
- Susanti, R., Alfiah, F., Mutia Dwi Lestari, Annisa Rahmaini, & Rivan Tauhid. (2022). Community Empowerment Through One Village One Product Based on Local Potential of Bukit Payung Village. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 348–354. <https://doi.org/10.35877/454ri.mattawang1198>
- Sutaryono, Deti, S., Putri, A. R., & Endang Wahyu Ningsih. (2020). JURNAL ABDIMAS UMTAS LPPM-Universitas Muhammadiyah Tasikmalaya Pengembangan Produk Unggulan Daerah Tembakau Asepan Klaten. *Jurnal Abdimas UMTAS*, 3, 298–303.
- Triharini, M., Larasati, D., & Susanto, R. (2014). Pendekatan One Village One Product (OVOP) untuk Mengembangkan Potensi Kerajinan Daerah Studi Kasus: Kerajinan Gerabah di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta. *ITB Journal of Visual Art and Design*, 6(1), 29–42. <https://doi.org/10.5614/itbj.vad.2014.6.1.4>

- Utami, L. A., Lechner, A. M., Permanasari, E., Purwandaru, P., & Ardianto, D. T. (2022). Participatory Learning and Co-Design for Sustainable Rural Living, Supporting the Revival of Indigenous Values and Community Resiliency in Sabrang Village, Indonesia. *Land*, 11(9). <https://doi.org/10.3390/land11091597>
- Wahyudi, A. (2017). Efektivitas dan Efisiensi Implementasi OVOP dalam Pengembangan IKM Gerabah di Kasongan. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 2(1), 16–30. <https://doi.org/10.24821/jtks.v2i1.1811>
- Wardana, N. K., Nasrudin, A. R., Isdianto, A., & Adiprayoga, S. N. (2024). Strategi Pengembangan Nilai Tambah Produk Perikanan sebagai Pendukung Ketahanan Pangan di Kabupaten Belu. *Mantis Journal of Fisheries*, 1(02), 69–78. <https://doi.org/10.22437/mjf.v1i02.38628>
- Yuniarti, Y., Sukpti, S., Purwaningsih, P., Prakoso, C. T., & Harihanto, H. (2024). Pentahelix model implementation in community development: The case of Kampung Sampah Bernilai Programme in Samarinda. *International Conference of Multidisciplinary Cel: Proceeding*, 1(1), 1–11.