

## **POTENSI INDUSTRI KECIL SUSU KAMBING ETAWA SEBAGAI PRODUK UNGGULAN DI DESA KEBONHARJO, SAMIGALUH, KULONPROGO**

**Fajar Kurniadi<sup>1</sup>, Heri Nurranto<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Universitas Indraprasta PGRI  
fajarkurniadi.unindra@gmail.com

<sup>2</sup> Universitas Indraprasta PGRI  
Heri.nurranto@gmail.com

### **ABSTRAK**

Analisa ini bertujuan mengetahui dan mengevaluasi potensi industri kecil pada peternak susu kambing etawa di Samigaluh, Kulonprogo untuk menjadi sentra industri unggulan di wilayah tersebut. Sektor ekonomi rakyat merupakan bagian dari sasaran utama pembangunan nasional. Industri kecil di DesaKebonharjo, Samigaluh, Yogyakarta memiliki cukup potensi untuk menjadi satu bagian program kawasan sentra industri dengan produk unggulan susu kambing etawa. Kegiatan ekonomi yang relatif homogen yang disertai kekuatan internal merupakan modal utama suatu daerah mengembangkan strategi produk unggulan atau banyak dikenal sebagai *one village one product* (ovop). Masih terbukanya pasar susu kambing etawa baik di tingkat daerah, nasional maupun secara global mendorong perlu untuk mengembangkan strategi yang efektif mendorong usaha rakyat yang lebih maju. Kegiatan usaha peternak susu kambing etawa diidentifikasi memiliki peranan penting dalam upaya mengatasi pengangguran, meringankan kemiskinan serta upaya pemerataan pendapatan. Dari data observasi terstruktur yang dilakukan, diperoleh data kualitatif tentang potensi serta kelemahan sebagai salah satu rujukan evaluasi perencanaan strategi pemerintah desa Kebonharjo, Samigaluh, Kulonprogo. Variabel penting dalam mempersiapkan produk unggulan adalah menciptakan iklim usaha kondusif, meningkatkan kemitraan, meningkatkan kualitas SDM, fasilitas permodalan, akses pemasaran dan distribusi, peran kelembagaan, kekohesifan dan koordinasi antar stakeholder.

**Kata Kunci:** *Produk Unggulan, Potensi UKM, Pengembangan Industri Kecil.*

### **ABSTRACT**

This analysis aims to find out and evaluate the potential of the small industry of etawa goat milk farmers in Samigaluh, Kulonprogo to become a leading industrial center in the region. The people's economic sector is part of the main target of national development. Small industries in Kebonharjo village, Samigaluh, Yogyakarta have enough potential to become part of a program in the industrial center area with superior products of etawa goat milk. Relatively homogeneous economic activities accompanied by internal strength are the main capital of a region developing superior product strategies or many are known as one village one product (ovop). The continued opening of the etawa goat milk market both at the regional, national and global levels encourages the need to develop strategies that effectively encourage more advanced people's businesses. The business activities of etawa goat milk farmers are identified as having an important role in efforts to overcome unemployment, poverty and efforts to equalize income. From the structured observation data that we collected, we obtained quality

data about potentials and weaknesses as one of the references to the strategic planning evaluation of the village government in Kebonharjo, Samigaluh, Kulonprogo. Important variables in preparing superior products are creating a conducive business climate, enhancing partnerships, improving the quality of human resources, capital facilities, access to marketing and distribution, institutional roles, cohesiveness and coordination among stakeholders.

**Keywords:** *Superior Products, Regional Potential, Small Industry Development.*

## PENDAHULUAN

Pemerintah daerah pada dasarnya lebih mengetahui kebutuhan dan pilihan atau permintaan lokal daripada pemerintah pusat yang memiliki keterbatasan dalam pengumpulan data maupun informasi secara komprehensif. Diberlakukannya konsep pembangunan berbasis otonomi daerah sejak pasca reformasi telah memunculkan tantangan tersendiri bagi setiap daerah. Pemerintah daerah dituntut mampu memonitoring masyarakat lokal secara akuntabel dan *responsive* dalam berbagai bidang, tidak terkecuali kegiatan ekonomi yang dijalankan masyarakatnya. Keunggulan komparatif menjadi salah satu faktor daerah untuk mampu mengendalikan pertumbuhan ekonomi daerah. Dalam memajukan perekonomiannya, maka pemerintah daerah harus melakukan tinjauan terhadap lingkungan internal daerah dengan tujuan untuk mencermati kemampuan internal daerah. Analisis internal mencakup analisis *core competence*, kondisi keuangan, produk unggulan, *strength* dan *weakness* dan sumber daya daerah yang dimiliki (Kartajaya dan Yuswohady, 2005). Penelitian ini menggaris bawahi tentang keberadaan produk unggulan daerah sebagai salah satu instrument daya saing daerah dan variabel penting memperkuat usaha kecil dan menengah (UKM).

Keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah (UKM) di pedesaan menjadi salah satu sektor ekonomi yang harus didukung dan didorong untuk maju sehingga potensi alam, potensi usaha serta potensi jiwa wirausaha mereka mendapatkan tempat yang tepat terutama bagi pemenuhan kebutuhan hidup serta ancaman masa depan yaitu mengurangi kemiskinan dan kesenjangan pendapatan antar daerah. Tantangan UKM di daerah menjadi lebih berat seiring dengan modernisasi dan arus globalisasi maupun kebijakan pasar bebas yang mendorong UKM dan daerah memiliki kesiapan bersaing. Pemerintah Desa Kebonharjo, pada tahun 2017 juga telah mengalokasikan pendapatan daerah untuk pembinaan kemasyarakatan sebesar Rp. 73.531.050,- serta pemberdayaan masyarakat sebesar Rp. 29.206.856,-, dimana total pendapatan

daerah Desa Kebonharjo 2017 sebesar Rp. 1.690.387.081,-. (Data Pemerintah Desa Kebonharjo, 2017).

Di beberapa daerah sejak tahun 2008 telah dijalankan program *One Village One Product* (OVOP) oleh kementerian Perindustrian yang bertujuan untuk mengembangkan potensi industri kecil dan menengah di berbagai sektor, misalnya produk gerabah atau keramik hias di Purwakarta, Tabanan dan Lombok Barat, produk anyaman di Tasikmalaya, kerajinan tembaga di Boyolali dan lain-lain (Triharini, Larasati dan Susanto, 2014). Pada dasarnya program tersebut adalah untuk menciptakan produk unggulan di daerah. Walaupun program OVOP tersebut cukup berhasil di beberapa daerah, akan tetapi dengan keterbatasan pemerintah maka tidak semua daerah berkesempatan untuk mendapatkan program tersebut, sehingga mereka perlu melakukan program mandiri untuk mendorong produk unggulan di daerahnya. Setiap daerah memiliki kewenangan untuk melakukan rancangan menciptakan produk unggulan, dimana pemerintah melalui Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 9 Tahun 2014 memberikan pedoman bagi pemerintah daerah untuk mengembangkan Produk Unggulan Daerah (PUD).

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kebonharjo, Samigaluh, Kulonprogo, DI Yogyakarta yang pada awalnya mengambil studi penelitian pada produk susu kambing dan gula aren. Berdasarkan temuan di lapangan bahwa produk gula aren lebih memiliki banyak hambatan dalam produksi karena sangat bergantung pada bahan baku yaitu tanaman aren yang menjadi bahan baku utama dan tidak bisa dipastikan ketersediaannya secara kontinyu. Sementara produk susu kambing etawa relatif lebih memiliki hambatan yang relatif rendah dan memiliki potensi yang lebih kuat untuk dijadikan produk unggulan di daerah tersebut. Melalui identifikasi masalah tersebut, rumusan penelitian dalam ini adalah 1) Bagaimana potensi usaha kecil menengah pada produk susu kambing etawa menjadi produk unggulan di Desa Kebonharjo. 2) Strategi apa yang dilakukan oleh pengusaha kecil dan serta pemerintah setempat untuk menjadikan produk susu kambing etawa menjadi satu produk unggulan di Desa Kebonharjo, Samigaluh, Kulonprogo.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui potensi usaha kecil menengah pada produk susu kambing etawa menjadi produk unggulan di Desa Kebonharjo. 2) Untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan oleh pengusaha

kecil dan pemerintah setempat untuk menjadikan produk susu kambing etawa menjadi satu produk unggulan di Desa Kebonharjo, Samigaluh, Kulonprogo.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan eksploratif dan evaluatif. Pendekatan eksploratif digunakan untuk mengetahui informasi lebih jelas dan mendalam berkaitan dengan potensi beserta kelemahan-kelemahan yang dihadapi oleh pengusaha kecil dan menengah. Pendekatan evaluatif dilakukan untuk mengetahui berbagai hal berkaitan dengan proses produksi, alat yang digunakan, ragam produk, pemasaran dan distribusi serta peran pemerintah setempat dalam mendorong kegiatan usaha masyarakat.

Penelitian ini mengambil sampel kegiatan usaha pada peternak susu kambing etawa di Desa Kebonharjo, Samigaluh, Kulonprogo. Responden dalam penelitian ini melibatkan pemerintah Desa Kebonharjo, pengurus kelompok tani serta peternak susu kambing etawa di daerah tersebut. Parameter yang digunakan sebagai dasar evaluatif adalah studi literatur serta data hasil observasi dan *survey* di objek penelitian. Melalui pendekatan-pendekatan tersebut diperoleh hasil rujukan strategi mengangkat potensi usaha kecil menengah produk susu kambing etawa menjadi produk unggulan di Desa Kebonharjo Samigaluh Kulonprogo. Produk unggulan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah disesuaikan dengan kriteria produk unggulan menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) No. 9 Tahun 2014 bahwa kriteria Produk Unggulan Daerah (PUD) adalah sumber daya (alam, manusia dan budaya lokal), mendatangkan pendapatan bagi masyarakat maupun pemerintah, memiliki potensi daya saing, daya jual dan daya dorong memasuki pasar global.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini melibatkan beberapa sumber informan yang dianggap memiliki dan mewakili data yang dibutuhkan. Metode penentuan sampel responden menggunakan metode *sampling judgement*. Adapun sampel informan / responden terdiri dari Kepala dan aparatur Desa Kebonharjo, Pengurus Kelompok Tani Gotro Desa Kebonharjo, aktivis/pemerhati perkembangan UKM Desa Kebonharjo dan peternak/pengrajin susu kambing Etawa Desa Kebonharjo.

### **Deskripsi Data Peternak Susu Kambing Etawa**

Pada umumnya peternak susu kambing Etawa di Desa Kebonharjo menjadikan usaha ternak susu kambing etawa bukan pekerjaan utama, sedangkan pekerjaan utama masyarakat adalah petani. Berikut adalah data sampel jumlah peternak susu kambing etawa di Desa Kebonharjo.

Tabel 1. Sampel Peternak Susu Kambing Etawa

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki Laki	19	90,48
Perempuan	2	9,52
Jumlah	21	100

Jumlah sample peternak susu kambing dalam poenelitian ini adalah 21 orang, dimana seluruhnya telah tergabung dalam Kelompok Tani Gotro Desa Kebonharjo. Jumlah tersebut diambil dari Dusun Gowok dimana berdasarkan keterangan dari Kepala Desa Kebonharjo dusun Gowok memiliki peternak susu kambing etawa paling besar di antara 9 (sembilan) dusun lainnya. Pendapatan yang mereka hasilkan dari usaha ternak olahan susu kambing Etawa berkisa antara Rp. 1000.000,- sampai dengan Rp. 3.000.000,- per bulan. Pendapatan ini tergolong cukup rendah selain itu juga tidak pasti dalam setiap bulannya. Jika dilihat dari tingkat pendidikan para peternak, Sekolah Dasar 2 (dua) orang, SLTP sebanyak 4 (empat) orang. SLTA sebanyak 11 (sebelas) peternak berpendidikan terakhir SLTA, dan lulus D3/S1 sebanyak 4 Orang, sehingga rata-rata peternak memiliki pendidikan yang cukup.

### **Potensi Produk Unggulan Daerah**

Pada dasarnya peternak susu kambing Etawa di Desa Kebonharjo memiliki beberapa potensi yang manjadi modal mengembangkan produk tersebut. Potensi-potensi itu adalah produk yang dihasilkan murni/natural, para pengusaha memiliki keteguhan dan kesabaran menjalankan usaha, solidaritas kuat, nilai-nilai khas atau budaya kuat, ketelitian dan keuletan, keterbukaan terhadap pihak luar, memiliki kesadaran belum optimalnya inovasi produk dan kemandirian usaha. Jika dilihat dari pedoman atau kriteria produk unggulan daerah berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) No. 9 Tahun 2014, maka potensi produk susu kambing etawa di Desa Kebonharjo Samigaluh dijelaskan pada uraian berikut ini.

### **Ketersediaan dan Kesiapan Sumber Daya**

Desa Kebonharjo merupakan salah satu desa di Kabupaten, Kulonprogo dengan kondisi geografis pegunungan. Sebagian besar kegiatan ekonomi masyarakatnya adalah petani. Tingkat kesuburan tanah yang baik menjadikan petani di daerah tersebut memiliki keleluasaan dalam memilih tanaman yang cocok di daerah pegunungan.

Selain petani, Industri kecil yang memproduksi susu kambing etawa merupakan bagian atau salah satu dari kegiatan ekonomi untuk menopang hidup masyarakat Desa Kebonharjo. Terdapat beberapa upaya yang telah dilaksanakan oleh pemerintah desa dalam menjembatani usaha mereka, yaitu mendorong masyarakat membentuk kelompok tani, mengikuti pameran produk UMKM baik tingkat provinsi maupun nasional, akses ke Perguruan Tinggi di Yogyakarta serta alokasi dana desa untuk meningkatkan kegiatan ekonomi masyarakat.

Kelompok tani Gotro di Dusun Gowok memiliki anggota yang tidak kurang dari 30 orang yang semua adalah peternak kambing dan mengolah susu kambing etawa. Setiap anggota kelompok memiliki setidaknya 1 (satu) ekor kambing etawa untuk diberdayakan memproduksi susu. Pada sisi lainnya, tingkat pengetahuan dan keahlian dalam memproduksi susu juga telah dilakukan beberapa kali pelatihan, baik dari pemerintah Kabupaten maupun lembaga pendidikan, misalnya Universitas Gajah Mada dan Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Secara keseluruhan ketersediaan sumber daya baik sumber daya manusia, bahan baku (kambing etawa), rumput sebagai makanan kambing serta sarana prasarana sudah ada untuk diupayakan dan diberdayakan secara optimal. Akan tetapi dalam hal alat untuk memproduksi susu atau untuk olahan lebih lanjut, para peternak kambing etawa menghadapi permasalahan permodalan, sehingga dalam menjalankan produksi atau usahanya menggunakan alat-alat tradisional atau teknologi standar. Pada kondisi tersebut, maka berdampak pada tingkat produktivitas dan variasi/ragam produk menjadi sangat terbatas.

Demikian pula pada tingkat pengetahuan dan keterampilan untuk membuat produk variasi susu menjadi terbatas, disamping pendidikan dan pelatihan yang tidak dilaksanakan secara rutin atau berkesinambungan, masalah motivasi usaha para peternak kambing etawa masih butuh pembenahan dan penguatan.

### ***Economic Benefit***

Produk susu kambing pada dasarnya memiliki nilai ekonomi dalam bentuk pendapatan masyarakat yang dapat terus ditingkatkan, tentunya didung oleh faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas susu. Saat ini tingkat pendapatan dari usaha produksi susu kambing hanya berkisar antara Rp.1.000.000,- sampai dengan Rp. 3.000.000 per bulan. Nilai tersebut adalah nilai bruto dan tidak tetap. Para pelaku usaha menjalankan usaha relatif tidak fokus, masyarakat masih dihadapkan pada pilihan-pilihan kegiatan yang dianggap memiliki peluang dalam memperoleh penghasilan, misalnya bercocok tanam dan berkebun untuk cengkeh pada musim-musim tertentu.

Potensi usaha peternak susu kambing etawa untuk menjadikan pendapatan utama dan dapat meningkatkan pendapatan perkapita daerah tetap terbuka jika usaha dijalankan secara terstruktur, terencana dan terprogram dengan baik. Jika produk susu kambing etawa dikembangkan dari susu murni ke susu olahan modern, bukan tidak mustahil bahwa *value add* produk susu etawa tersebut menjadi potensi meningkatkan pendapatan masyarakat yang tentunya dibutuhkan dukungan lain, misalnya akses distribusi dan pemasaran.

### **Potensi daya saing**

Daya saing pada dasarnya merupakan seberapa besar suatu produk dapat bersaing dengan produk substitusi yang diproduksi oleh pihak lain sebagai kompetitornya. Berkaitan dengan daya saing daerah, maka suatu daerah harus memiliki suatu keunggulan yang tidak dimiliki oleh daerah lain. Dengan kondisi geografis pegunungan yang relatif terjal, maka Desa Kebonharjo tetap harus menumbuhkan keistimewaannya, terutama industri susu kambing etawa di daerahnya. Usaha kecil produksi susu kambing etawa adalah peluang menuju daya saing Desa Kebonharjo. Dimana saat ini telah banyak produk-produk di pasar yang menawarkan susu kambing etawa terutama dalam varial susu bubuk.

Meningkatkan kegiatan usaha susu kambing etawa dapat menjadikan Desa Kebonharjo menjadi salah satu Desa di Kabupaten Kulonprogo yang memiliki sentra bisnis rakyat yang selanjutnya dapat dipromosikan ke daerah lain atau pengajuan program *One Village One Product* (OVOP) ke Kementerian KUMKM, Perindustrian atau melalui Kemedagri. Secara keseluruhan potensi produk susu kambing etawa saat ini memiliki potensi relatif rendah, karena usaha yang dijalankan belum dapat menunjukkan ciri khas atau persepsi bahwa Desa

Kebonharjo adalah sentra industri susu kambing Etawa. Perlu diupayakan bahwa potensi dasar pada industri ini dapat terus dikembangkan secara optimal.

### **Harga dan daya jual**

Produk yang dihasilkan pada susu kambing etawa saat ini masih berwujud susu murni atau mentah dengan harga jual Rp. 15.000,- per liter. Telah dikembangkan dalam beberapa tahun terakhir adalah produk *ice cream* susu etawa yang dijual Rp. 2.500 per pcs dengan ukuran kurang lebih 50 gram. Konsumen dari produk susu saat ini adalah produsen susu olahan modern dan masyarakat umum. Kelompok tani Gotro dan para peternak telah memiliki mitra sebagai pembeli susu mentah untuk di olah menjadi susu olah, baik dalam wujud bubuk maupun cair. Salah satu pengusaha besar yang mengambil atau membeli produk susu mereka adalah pengusaha susu olahan dari daerah Kaligesing, Purworejo, Jawa Tengah. Sedangkan konsumen *end user* masih terbatas pada masyarakat sekitar yang sudah mengetahui keberadaan produksi susu kambing etawa di Desa Kebonharjo, Samigaluh, Kulonprogo.

Pada pengembangan produk *ice cream*, konsumen mereka adalah anak-anak sekolah di sekitar wilayah dusun Gowok, Kebonharjo. Saat ini kemasan yang dibuat oleh peternak susu kambing adalah kemasan *non merk*. Para peternak susu membeli kemasan praktis di salah satu toko kemasan di Yogyakarta dan di jual secara bebas, sehingga memungkinkan terdapat kesamaan kemasan antar produk di luar Kebonharjo.

Agar daya jual dapat optimal, dibutuhkan akses pemasaran, promosi dan kemitraan agar produk yang dihasilkan dapat ditawarkan dan dikenal secara khas ke daerah lain. Kepala Desa Kebonharjo dan penggiat UKM di Desa Kebonharjo mengakui salah satu hambatan terbesarnya adalah akses distribusi dan pemasaran. Mereka juga menyampaikan bahwa sangat butuh perhatian dan uluran program dari pihak lain agar dapat membantu perkembangan dan pertumbuhan usaha susu kambing etawa di daerahnya.

### **Daya dorong memasuki pasar global**

Daerah dituntut untuk melakukan transformasi diri dari *bureaucratic monopolistic government* menjadi *entrepreneurial competitive government*. *Entrepreneurial government* adalah pemerintah yang jeli dan selalu berpikir keras untuk melihat dan memanfaatkan peluang

yang muncul untuk memakmurkan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakatnya (Kartajaya dan Yuswohady: 2005:4).

Melalui dasar konsep tersebut, sudah waktunya bagi pemerintah Desa Kebonharjo ataupun pemerintah Kabupaten Kulonprogo untuk memanfaatkan keberadaan produksi susu kambing etawa di daerahnya. Menurut Kartajaya dan Yuswohady (2015:19), daerah dapat melakukan analisis model pemasaran daerah untuk menciptakan keunggulan bersaing daerah sebagai upaya memasuki pasar global yaitu analisis teknologi, politik-regulasi, sosial budaya, ekonomi dan pasar.

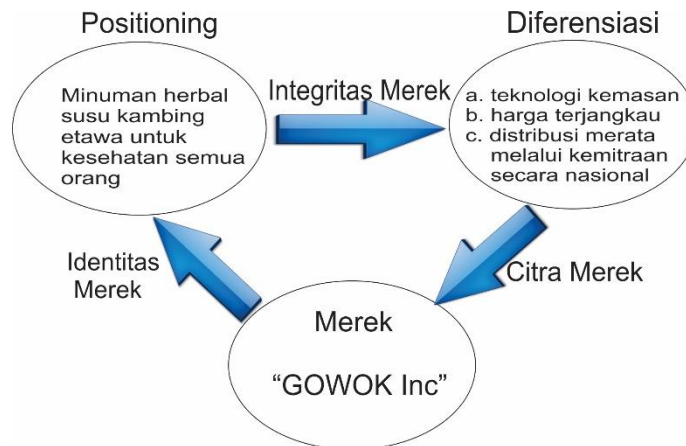
Kelemahan kegiatan produk susu kambing etawa di Desa Kebonharjo sebagai produk unggul yang mampu menembus pasar adalah akses pemasaran dan distribusi. Pemasaran yang dilakukan saat ini terbatas pada hubungan mitra dengan supplier dan selebihnya adalah informasi dari mulut ke mulut. Letak geografis yang tinggi dan relatif jauh dari pusat kota menjadi salah satu belum berjalannya program pemasaran yang efektif. Dalam beberapa kali pemerintah desa memang telah mengikuti program pameran produk UMKM di Kulonprogo dan juga Kota Yogyakarta, akan tetapi hal tersebut tetap harus didukung dengan program pengenalan produk yang lebih efektif. Hal ini pula yang mungkin menjadi dampak motivasi peternak kambing etawa hanya menjalankan usaha sebatas waktu dan kemampuan yang ada dan kurang mengoptimalkan potensi atau pengembangan produk.

### **Strategi Memposisikan Produk Susu Kambing Etawa sebagai PUD**

Pedagangan pasar bebas telah mengubah peta persaingan bisnis, *value product* menjadi ancaman untuk memenangkan persaingan. Pelaku bisnis kecil dan menengah (UKM) menjadi salah satu yang terdampak karena makin sempitnya pangsa pasar yang sebagian telah dikuasai perusahaan-perusahaan besar. Akan tetapi situasi pasar bebas dan atau globalisasi juga menciptakan peluang dan usaha domestik lainnya, sementara perusahaan-perusahaan besar berperang memperebutkan pasar produk tradisional mereka, perusahaan-perusahaan lokal masuk dalam kompetisi melalui pengembangan produk baru (Kotler, Kartajaya dan Huan, 2011:135).

Upaya memposisikan produk susu kambing etawa sebagai produk dari kegiatan usaha UKM di Desa Kebonharjo sebagai PUD dapat memperhatikan beberapa faktor yaitu diferensiasi

produk, strategi harga rendah, penetrasi pasar, *positioning*, pengembangan merek, aktivitas kehumasan produk, dan semangat bisnis yang kuat. Berikut adalah gambar pengembangan produk susu kambing etawa melalui implementasi *positioning*, diferensiasi dan pengembangan merk.



Gambar 1. Segitiga Konsep Strategi Susu Kambing Etawa

Gambar 1 di atas merupakan strategi yang dikembangkan dengan contoh merek “GOWOK Inc” sebagai konsep memposisikan produk susu kambing Etawa di Desa Kebonharjo sebagai produk unggulan daerah. Agar konsep strategi ini bisa di jalankan dengan baik, tentu dibutuhkan peran pendukung bagi pelaku usaha UKM di daerah tersebut. Variabel penting dalam mempersiapkan produk unggulan adalah pemerintah Desa Kebonharjo dan atau Pemerintah Daerah Kulonprogo dituntut untuk dapat menciptakan iklim usaha kondusif, mendorong kemitraan, meningkatkan kualitas SDM, fasilitas permodalan, akses pemasaran dan distribusi, peran kelembagaan, kekohesifan dan koordinasi antar stakeholder.

Melembagakan kewirausahaan merupakan bagian dari peran pemerintah daerah untuk mendorong usaha UKM produk susu kambing etawa bertransisi dari tradisonal ke pengelolaan modern atau mengedepankan *entrepreneurship*. Moris dan Kuratko (Dhewanto, 2013:7), menyatakan bahwa intrapreneurship perlu dipertimbangkan ketika menghadapi perubahan pasar yang dramatis dan signifikan, *downsizing* untuk meningkatkan efisiensi, mengatasi kelemahan dalam manajemen usaha tradisional, kompetisi global dan *eksodus* pelaku usaha bernaluri bisnis akibat terlalu birokratis. Mengacu pada pedoman Produk Unggulan Daerah (PUD), maka

dengan melaksanakan konsep strategi segitiga *positioning*-diferensiasi dan produk serta faktor pendukung yang diuraikan di atas, maka kriteria PUD yaitu ketersediaan dan kesiapan sumber daya, *economic benefit*, potensi daya saing, harga dan daya jual serta daya dorong memasuki pasar global dapat diatasi dengan bertahap dan terarah.

Pengembangan produk unggulan seperti dalam konsep atau program *One Village One Product* (OVOP), dimulai dari semangat individu dengan prinsip *One People One Product* (OPOP), dimana prinsip ini digunakan dalam pembangunan ekonomi karena semestinya yang dibangun adalah manusianya terlebih dahulu sebelum membangun sarana dan prasarana lainnya, dari OPOP yang sudah berjalan solid, dapat dikembangkan dengan lebih banyak yang bergabung dalam komunitas yang sama dan membentuk komunitas dalam unit pemerintahan terkecil, sehingga bersama-sama memproduksi, bekerja sama untuk melayani permintaan dalam satu wilayah desa yang pada akhirnya dapat mengembangkannya usaha lebih luas yaitu *One Village One Product* (Sumodiningrat dan Wulandari, 2015: 23-25)

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan maka simpulan dalam penelitian ini adalah:

Produk Susu Kambing Etawa yang diproduksi oleh Usaha Kecil di Desa Kebonharjo memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi produk unggulan daerah dengan memperbaiki dan memberdayakan sumber daya yang ada di potensi daerah maupun potensi produk susu kambing.

Strategi untuk memposisikan produk susu kambing etawa menjadi Produk Unggulan Daerah (PUD) yaitu dengan mengimplementasikan strategi segitiga *positioning*-diferensiasi dan merek produk yang didukung oleh iklim usaha kondusif, kemitraan, meningkatkan kualitas SDM, fasilitas permodalan, akses pemasaran dan distribusi, peran kelembagaan, kekohesifan dan koordinasi antar stakeholder.

## **REKOMENDASI**

Setelah mengamati permasalahan dan potensi yang ada pada peternak susu kambing etawa maupun potensi Desa Kebonharjo, maka berikut adalah beberapa saran untuk menjadi salah satu pertimbangan dalam mengangkat produk daerah

Motivasi adalah modal utama dalam melakukan dan pengembangan usaha, sehingga bagi para pelaku UKM maupun pihak pihak yang berkepentingan dalam pengembangan dan pemberdayaan ekonomi daerah dapat memberikan program motivasi kepada para pelaku usaha khususnya Peternak susu kambing etawa di Desa Kebonharjo.

Program pendidikan dan pelatihan di Desa Kebonharjo dilaksanakan secara terarah sesuai dengan permasalahan yang ada dan dilaksanakan secara berkelanjutan sehingga konsep pemasaran strategi *postioning*, diferensiasi dan merek serta kelemahan kelemahan internal usaha UKM dapat diatasi secara bertahap.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Apresiasi dan terimakasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Dirjen Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi yang telah membiayai kegiatan Penelitian Dosen Pemula (PDP) Tahun 2018 dengan judul “Strategi Usaha Kecil Melalui Inovasi Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Kecil Menengah di Desa Kebonharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulonprogo” Terimakasih juga kepada LLDIKTI Wilayah III Jakarta dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Indraprasta PGRI yang telah membantu kegiatan penelitian ini melalui Kontrak Penelitian : 032/K3/PNT/2018, Tanggal 6 Maret 2018 dan Surat Perjanjian Kontrak Penelitian UNINDRA Nomor : 0306/SKP.LT/LPPM/UNINDRA/III/2018, Tanggal 12 Maret 2018.

## **REFERENSI**

Dhewanto, Wawan (2013). *Intrapreneurship: Kewirausahaan Korporasi*. Cetakan Pertama, Jakarta: Rekayasa Sains.

Kartajaya, Hermawan&Yuswohady. (2005). *Attracting Tourists Traders Investors, Strategi Memasarkan Daerah di Era Otonomi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kementerian Koperasi dan UMKM (2018) 'Kinerja Koperasi dan UMKM 2017'. Available at: <https://legaleraindonesia.com/ini-kontribusi-koperasidan-umkm-terhadap-pdb-nasional-2017/>. diakses 28 Nopember 2018

Kotler. Philip, Hermawan Kertyajaya&Hooi Den Huan (2011). *Merebut Pasar ASEAN Peluang dan Tantangan Bisnis di Asia Tenggara*. Jakarta: Kaifa Entreprenueship

Pemerintah Desa Kebonharjo (2018), *Laporan Alokasi Pendapatan Desa tahun 2017*, Kulonprogo: Desa Kebonharjo

Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 9 Tahun 2014 tentang PEdoman Pengembangan Produk Unggulan Daerah. Jakarta: Depdagri

Sumodiningrat, Gunawan&Wulandari (2015) *Menuju Ekonomi Berdikari, Pemberdayaan UMKM dengan Konsep OPOP-OVOP-OVOC*. Cetakan Pertama, Jakarta: Yogyakarta: Media Pressindo

Triharini, Meirina, Dwinita Larasati & R. Susanto (2014). *Pendekatan One Village One Product (OVOP) untuk Mengembangkan Potensi Daerah, Studi Kasus: Kerajinan Gerabah di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta*. Journal Vis.Art&Des., Vol 6. No. 1, 29-41. Bandung: LPPM ITB.