

## Pelatihan Peningkatan Kapasitas Lembaga Ekonomi dan Kelompok Usaha Masyarakat di Desa dan Kelurahan Lokasi Program OVOP Kabupaten Flores Timur

### *Training on Capacity Building for Economic Institutions and Community Business Groups in Villages and Urban Areas within the OVOP Program Locations of East Flores Regency*

**Brigita Elisabet KR. Uran**

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Institut Keguruan dan Teknologi Larantuka, Indonesia

Penulis Korespondensi: [brigitaurlisabet@gmail.com](mailto:brigitaurlisabet@gmail.com)

#### **Riwayat Artikel:**

Naskah Masuk: 25 Februari 2026

Revisi: 22 Maret 2026

Diterima: 16 April 2026

Terbit: 10 Mei 2026

**Keywords:** Capacity Building; Community Business Groups; Digital Marketing; Local Economy; OVOP.

**Abstract:** *This community service program aimed to strengthen the capacity of economic institutions and community business groups in villages and urban areas within the OVOP program locations in East Flores Regency. The program responded to the growing need for adaptive business strategies in the digital era and the importance of developing local potential into competitive products. It was implemented through a participatory, educative, and applicative approach during September 8–12, 2025. The training methods included lectures, interactive discussions, case studies, hands-on practice, and simulations to ensure a balance between theoretical understanding and practical application. The findings indicate significant improvements in participants' understanding of the OVOP concept, managerial competencies, financial administration, and technical skills in product processing, packaging, and labeling. In addition, participants demonstrated increased awareness and ability in applying digital marketing strategies to expand market reach. The program also fostered stronger collaboration networks among business groups, economic institutions, and local government stakeholders. High participant engagement and active involvement throughout the sessions reflect the effectiveness of the training design. Overall, this program contributes to enhancing local economic resilience and promoting sustainable, competitive, and community-based enterprises. The study highlights the importance of continuous mentoring, institutional strengthening, and policy support to sustain the long-term impact of capacity-building initiatives in rural and semi-urban areas.*

#### **Abstrak**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas lembaga ekonomi dan kelompok usaha masyarakat di desa dan kelurahan lokasi program OVOP Kabupaten Flores Timur dalam menghadapi tantangan ekonomi di era digital. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 8–12 September 2025 dengan menggunakan pendekatan partisipatif, edukatif, dan aplikatif melalui metode ceramah, diskusi interaktif, studi kasus, praktik langsung, dan simulasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada pemahaman peserta terhadap konsep OVOP sebagai strategi pengembangan ekonomi lokal berbasis potensi daerah. Selain itu, peserta mengalami peningkatan keterampilan dalam manajemen usaha, administrasi keuangan, serta kemampuan teknis dalam pengolahan produk, pengemasan, dan pelabelan yang lebih menarik dan kompetitif. Pemahaman terhadap strategi pemasaran digital juga meningkat, sehingga membuka peluang perluasan pasar. Kegiatan ini turut memperkuat jejaring kerja sama antara pelaku usaha, lembaga ekonomi, dan pemerintah daerah. Tingginya partisipasi peserta menunjukkan efektivitas metode pelatihan yang mengintegrasikan teori dan praktik. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi dalam mendorong penguatan ekonomi lokal yang mandiri, berkelanjutan, dan berdaya saing.

**Kata Kunci:** Ekonomi Lokal; Kelompok Usaha; OVOP; Pemasaran Digital; Peningkatan Kapasitas.

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat penggunaan media digital dalam berbagai bidang kehidupan telah memicu transformasi mendasar pada hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Perubahan ini tampak nyata dalam cara masyarakat berkomunikasi yang semakin canggih, cepat, dan terintegrasi melalui berbagai platform digital. Dampaknya tidak hanya terbatas pada pola interaksi sosial, tetapi juga merambah pada perubahan perilaku ekonomi, khususnya dalam pola konsumsi dan proses produksi. Konsumen kini semakin adaptif terhadap teknologi, dengan kecenderungan mengakses informasi, membandingkan produk, hingga melakukan transaksi secara daring (Claymone & Jaiborisudhi, 2011; Sega & Kanichiro, 2018; Setyawan et al., 2025). Di sisi lain, pelaku usaha juga dituntut untuk menyesuaikan proses produksi agar lebih efisien, inovatif, dan responsif terhadap kebutuhan pasar yang dinamis. Pergeseran ini secara langsung memengaruhi strategi bisnis, terutama dalam hal pemasaran, di mana pendekatan konvensional mulai beralih ke strategi digital yang lebih interaktif, berbasis data, dan berorientasi pada pengalaman konsumen. Internet telah membuka akses informasi tanpa batas, sementara perangkat mobile dan media sosial memberikan kemudahan akses yang belum pernah terjadi sebelumnya (Handayeni et al., 2017; Puspitasari, 2024; Sopanah et al., 2023). Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk mampu beradaptasi secara cepat dan tepat agar tetap relevan, kompetitif, serta mampu bertahan di tengah persaingan global yang semakin ketat.

Dalam konteks pembangunan ekonomi nasional, Industri Kecil dan Menengah (IKM) memegang peranan strategis sebagai salah satu pilar utama penggerak ekonomi, khususnya di wilayah pedesaan. IKM tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan sektor industri, tetapi juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mengurangi tingkat kemiskinan (Radja, 2025; Yuana et al., 2021). Upaya peningkatan kapasitas dan produktivitas pelaku IKM secara langsung berkorelasi dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Menyadari pentingnya peran tersebut, pemerintah Indonesia memberikan perhatian khusus melalui kebijakan strategis, salah satunya melalui Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 14 Tahun 2021 tentang Pengembangan Industri Kecil dan Menengah di Sentra IKM melalui pendekatan *One Village One Product* (OVOP). Kebijakan ini menekankan pada pengembangan potensi lokal berbasis sumber daya daerah guna menghasilkan produk unggulan yang memiliki daya saing, baik di tingkat nasional maupun global (Hoang Thanh et al., 2018; Jayagoda & Dharmawardhana, 2023; F. Schumann, 2016).

Sebagai implementasi dari kebijakan tersebut, Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Timur pada Mei 2025 secara resmi meluncurkan program *One Village One Product* (OVOP) serta Gerakan Beli Produk NTT. Program ini menjadi langkah konkret dalam mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat desa melalui pengembangan produk unggulan berbasis kearifan lokal. Setiap desa diberikan ruang untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan memasarkan produk khas daerahnya, sehingga mampu menciptakan nilai tambah ekonomi yang signifikan. Lebih dari sekadar program ekonomi, OVOP juga dipandang sebagai gerakan transformasi sosial, ekonomi, dan budaya yang berakar pada potensi local (F. R. Schumann, 2016; Sriati et al., 2023). Pemerintah daerah menekankan pentingnya menggali nilai-nilai warisan leluhur sebagai dasar pengembangan produk, sehingga tidak hanya bernilai ekonomis tetapi juga memiliki identitas budaya yang kuat. Dengan demikian, diharapkan produk-produk lokal dari NTT mampu menembus pasar yang lebih luas, termasuk pasar nasional dan internasional, serta meningkatkan daya saing daerah (Basir, 2025; Kurniyati, 2013).

Konsep OVOP sendiri merupakan strategi pembangunan ekonomi lokal yang berfokus pada pengembangan produk unggulan daerah secara berkelanjutan. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk lokal, memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat, serta menumbuhkan rasa percaya diri dan kebanggaan terhadap potensi daerah. Melalui pendekatan yang integratif, OVOP mendorong sinergi antara sumber daya alam, budaya lokal, serta kreativitas masyarakat dalam menghasilkan produk yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Produk-produk yang sebelumnya bersifat tradisional dan diproduksi secara turun-temurun dapat dikembangkan menjadi komoditas bernilai ekonomi tinggi melalui sentuhan inovasi, teknologi, dan strategi pemasaran yang tepat. Namun demikian, keberhasilan implementasi OVOP sangat ditentukan oleh adanya kolaborasi yang efektif antar pemangku kepentingan, kejelasan pembagian peran, perencanaan yang matang, serta komitmen bersama dalam mendukung penguatan kapasitas IKM. Dengan pendekatan yang terarah dan berkelanjutan, OVOP berpotensi menjadi motor penggerak utama dalam memperkuat ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara inklusif (Memah & Rengkung, 2025; Siwiyanti et al., 2021; Sururi et al., 2020).

## **2. METODE**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dirancang secara sistematis, terstruktur, dan berbasis kebutuhan lapangan dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas lembaga ekonomi dan kelompok usaha masyarakat pada desa dan

kelurahan lokasi program OVOP di Kabupaten Flores Timur. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini bersifat partisipatif, edukatif, dan aplikatif, sehingga tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada peningkatan keterampilan praktis dan kemampuan pemecahan masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha. Melalui pendekatan ini, peserta didorong untuk berperan aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, diskusi solusi, hingga evaluasi hasil pelatihan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Hotel Asa, Kabupaten Flores Timur, pada tanggal 8 hingga 12 September 2025. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama beberapa hari dengan durasi waktu yang disesuaikan dengan kedalaman dan kompleksitas materi yang disampaikan. Pemilihan waktu dan tempat ini mempertimbangkan aspek kenyamanan peserta, efektivitas proses pembelajaran, serta kemudahan akses bagi seluruh peserta yang berasal dari berbagai wilayah di daratan Flores. Dengan alokasi waktu yang cukup, diharapkan seluruh materi dapat disampaikan secara optimal dan peserta memiliki kesempatan yang memadai untuk memahami serta mempraktikkan setiap konsep yang diberikan.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan tahap koordinasi antara Dinas Pemberdayaan Masyarakat Kabupaten Flores Timur dengan pihak Institut Keguruan dan Teknologi Larantuka (IKTL). Koordinasi ini dilakukan melalui surat resmi yang bertujuan untuk menghadirkan tenaga akademisi sebagai pemateri dan fasilitator dalam kegiatan pelatihan. Selanjutnya, tim dosen melakukan persiapan yang mencakup penyusunan materi, penyesuaian metode penyampaian, serta identifikasi kebutuhan peserta agar pelatihan yang diberikan tepat sasaran. Kegiatan pelatihan kemudian dilaksanakan di Hotel Asa Larantuka dengan melibatkan peserta dari tiga wilayah, yaitu Kabupaten Flores Timur, Kabupaten Lembata, dan Kabupaten Sikka, yang merupakan representasi pelaku UMKM pada wilayah daratan Flores.

Dalam implementasinya, metode pelatihan dilakukan melalui kombinasi sosialisasi, presentasi interaktif, diskusi kelompok, serta studi kasus berbasis pengalaman peserta. Materi yang disampaikan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga kontekstual dan aplikatif sesuai dengan kondisi nyata yang dihadapi oleh kelompok usaha masyarakat. Pendekatan andragogi digunakan dalam proses pembelajaran, dengan menekankan pada pengalaman peserta sebagai sumber belajar utama, sehingga terjadi proses pertukaran pengetahuan yang dinamis antara pemateri dan peserta.

Lebih lanjut, kegiatan ini mengintegrasikan beberapa konsep strategis sebagai landasan pendekatan, di antaranya konsep *One Village One Product* (OVOP) yang berfokus pada pengembangan potensi lokal dan penciptaan produk unggulan daerah, pendekatan partisipatif yang menempatkan peserta sebagai subjek aktif, serta pendekatan pemecahan masalah yang diarahkan pada solusi konkret terhadap kendala usaha. Selain itu, diperkenalkan pula konsep transformasi ekonomi desa melalui penguatan kelembagaan seperti BUMDes dan koperasi, serta pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pemasaran dan pengelolaan usaha di era Industri 4.0 dan *Society 5.0*.

Kegiatan ini juga mengadopsi prinsip ekonomi sirkuler untuk mendorong efisiensi pemanfaatan sumber daya dan pengurangan limbah, serta konsep ekonomi inklusif dan berkelanjutan guna memastikan bahwa manfaat kegiatan dapat dirasakan secara merata oleh seluruh lapisan masyarakat. Untuk mendorong inovasi, digunakan pendekatan design thinking yang membantu peserta dalam mengidentifikasi kebutuhan pasar, mengembangkan ide kreatif, dan menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah serta daya saing. Dengan metode yang komprehensif ini, kegiatan PKM diharapkan mampu memberikan dampak nyata dalam memperkuat kapasitas kelembagaan ekonomi dan meningkatkan kinerja kelompok usaha masyarakat secara berkelanjutan.

### **3. HASIL**

#### **Tahap Persiapan**

Tahap persiapan merupakan fondasi utama dalam memastikan keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM). Pada tahap ini, tim pelaksana terlebih dahulu melakukan koordinasi dan survei lokasi dengan melibatkan pemerintah daerah, dinas terkait, serta tokoh masyarakat setempat. Kegiatan koordinasi ini bertujuan untuk menyepakati waktu, tempat, serta dukungan teknis yang diperlukan agar pelaksanaan kegiatan berjalan efektif dan tepat sasaran. Selain itu, survei lokasi juga dilakukan untuk memahami kondisi riil masyarakat, potensi unggulan daerah, serta permasalahan yang dihadapi oleh lembaga ekonomi dan kelompok usaha.

Berdasarkan hasil koordinasi tersebut, tim kemudian menyusun materi pelatihan yang disesuaikan dengan prinsip *One Village One Product* (OVOP), kebutuhan peserta, serta potensi lokal yang dapat dikembangkan. Penyusunan materi juga mengintegrasikan berbagai konsep terbaru seperti digitalisasi usaha, ekonomi sirkuler, dan strategi pemasaran modern agar materi yang diberikan relevan dengan perkembangan zaman. Selanjutnya, dilakukan pemilihan

narasumber yang memiliki kompetensi dan pengalaman di bidang manajemen usaha, pemasaran digital, pengolahan produk, serta penguatan kelembagaan ekonomi. Narasumber dipilih secara selektif agar mampu memberikan wawasan teoritis sekaligus pengalaman praktis kepada peserta. Tahap ini juga dilengkapi dengan kegiatan pendataan peserta yang melibatkan pengurus lembaga ekonomi desa, anggota kelompok usaha masyarakat, serta pelaku UMKM di lokasi program, sehingga pelatihan dapat diikuti oleh sasaran yang tepat dan memiliki dampak yang optimal.

### Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan inti dari kegiatan PKM yang berfokus pada proses transfer pengetahuan, peningkatan keterampilan, serta penguatan kapasitas peserta. Dalam tahap ini, metode penyampaian materi dirancang secara variatif dan interaktif agar peserta dapat memahami materi secara komprehensif. Metode ceramah digunakan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai konsep-konsep penting seperti manajemen organisasi, administrasi keuangan, program OVOP, serta transformasi ekonomi desa berbasis digital. Untuk memperdalam pemahaman, kegiatan dilanjutkan dengan metode diskusi dan tanya jawab, di mana peserta diberikan ruang untuk mengemukakan permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan usaha mereka, sehingga tercipta proses pembelajaran dua arah yang dinamis.



**Gambar 1.** Penyampaian Materi Menggunakan Metode Ceramah.

Selain itu, metode studi kasus dan *sharing session* turut diterapkan dengan menghadirkan contoh nyata keberhasilan usaha dari daerah lain, termasuk penerapan teknologi digital dan prinsip ekonomi sirkular, sehingga peserta memperoleh inspirasi dan referensi praktis yang dapat diadaptasi. Tidak hanya itu, metode praktik langsung (*hands-on*) juga menjadi bagian penting dalam pelatihan ini, khususnya untuk materi teknis seperti pembukuan digital, teknik pengemasan produk (*packaging*), desain label, pengolahan produk unggulan, serta

pemanfaatan platform pemasaran *online*. Untuk mendorong inovasi, kegiatan ini juga menerapkan metode simulasi dan pendekatan design thinking, di mana peserta diajak untuk berpikir kreatif dalam mengidentifikasi peluang usaha, merancang strategi pemasaran, serta menciptakan ide produk baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan kombinasi berbagai metode tersebut, pelaksanaan kegiatan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dan kontekstual.



**Gambar 2.** Sesi Diskusi dan Sharing Pengalaman dengan Para Peserta Kegiatan.

### **Tahap Evaluasi dan Pelaporan**

Tahap evaluasi dan pelaporan dilakukan sebagai bentuk pengukuran efektivitas kegiatan sekaligus pertanggungjawaban pelaksanaan program. Evaluasi proses dilakukan dengan mengamati tingkat partisipasi, antusiasme, dan keaktifan peserta selama kegiatan berlangsung, baik dalam sesi diskusi, praktik, maupun simulasi. Hal ini penting untuk menilai sejauh mana metode yang digunakan mampu menarik keterlibatan peserta secara optimal. Selanjutnya, evaluasi hasil dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan, yang dapat dilakukan melalui pre-test dan post-test, serta penyebaran kuesioner untuk memperoleh umpan balik dari peserta. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk mengetahui peningkatan kapasitas peserta serta sebagai bahan perbaikan untuk kegiatan selanjutnya. Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, tim pelaksana menyusun laporan secara komprehensif yang memuat seluruh proses pelaksanaan, hasil yang dicapai, kendala yang dihadapi, serta rekomendasi untuk pengembangan program ke depan. Laporan ini berfungsi sebagai bentuk akuntabilitas kepada pihak terkait sekaligus sebagai dokumentasi ilmiah dari kegiatan PKM yang telah dilaksanakan.

Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Peningkatan Kapasitas Lembaga Ekonomi dan Kelompok Usaha Masyarakat pada lokasi program OVOP Kabupaten Flores Timur telah berlangsung sesuai dengan jadwal dan rencana yang telah ditetapkan. Secara umum, kegiatan

ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas peserta, baik dari aspek pengetahuan, keterampilan, maupun jejaring kerja sama. Hasil kegiatan tidak hanya terlihat dari meningkatnya pemahaman konseptual peserta, tetapi juga dari perubahan sikap, keterampilan praktis, serta kesiapan mereka dalam mengembangkan usaha secara lebih profesional dan berkelanjutan.

### **Peningkatan Pemahaman Peserta**

Salah satu capaian utama dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman peserta terhadap konsep dasar *One Village One Product* (OVOP) sebagai strategi pengembangan ekonomi lokal berbasis potensi unggulan daerah. Peserta tidak hanya memahami konsep tersebut secara teoritis, tetapi juga mampu mengaitkannya dengan kondisi nyata di wilayah masing-masing. Melalui materi yang disampaikan, peserta menyadari pentingnya menggali, mengembangkan, dan memasarkan produk khas daerah sebagai sumber nilai tambah ekonomi. Selain itu, pemahaman peserta mengenai peran strategis lembaga ekonomi dan kelompok usaha masyarakat dalam pembangunan desa dan kelurahan juga mengalami peningkatan. Peserta mulai melihat bahwa kelembagaan ekonomi yang kuat dapat menjadi motor penggerak utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sehingga mendorong munculnya kesadaran untuk memperkuat peran dan fungsi organisasi yang mereka kelola.

### **Peningkatan Keterampilan Manajemen**

Selain aspek pemahaman, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam bidang manajemen usaha. Peserta memperoleh pengetahuan praktis terkait pengelolaan organisasi, mulai dari perencanaan kegiatan, pembagian tugas, hingga pengambilan keputusan yang lebih sistematis. Dalam aspek administrasi keuangan, peserta dilatih untuk melakukan pencatatan keuangan secara sederhana namun tertib dan akuntabel, sehingga dapat memantau arus kas usaha dengan lebih baik. Keterampilan pembukuan yang sebelumnya dianggap sulit menjadi lebih mudah dipahami melalui pendekatan praktis yang diberikan selama pelatihan. Hal ini berdampak pada meningkatnya kesadaran peserta akan pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan usaha, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan mitra dan lembaga pendukung lainnya.

### **Keahlian Teknis Produksi dan Pengemasan**

Kegiatan pelatihan ini juga memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan keahlian teknis peserta, khususnya dalam proses produksi dan pengemasan produk. Peserta dibekali dengan pengetahuan mengenai pentingnya menjaga kualitas produk melalui standarisasi mutu yang konsisten. Selain itu, peserta juga dilatih mengenai teknik pengemasan

(*packaging*) yang tidak hanya berfungsi melindungi produk, tetapi juga mampu meningkatkan daya tarik visual dan nilai jual di pasar. Pemahaman tentang desain label yang informatif dan menarik turut menjadi bagian penting dalam pelatihan ini, sehingga produk yang dihasilkan memiliki identitas yang jelas dan profesional. Dengan adanya peningkatan keterampilan ini, diharapkan produk-produk lokal mampu bersaing tidak hanya di pasar lokal, tetapi juga di pasar yang lebih luas.

### **Pemahaman Strategi Pemasaran**

Dalam era digital saat ini, kemampuan pemasaran menjadi faktor kunci dalam keberhasilan usaha. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai pentingnya strategi pemasaran modern, khususnya pemasaran berbasis digital. Peserta diperkenalkan pada berbagai platform pemasaran *online* serta teknik promosi yang efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, peserta juga memahami pentingnya membangun branding produk, menentukan segmentasi pasar, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi. Perubahan pola pikir peserta dari pemasaran konvensional menuju pemasaran digital menjadi salah satu hasil penting dari pelatihan ini, yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk mereka di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

### **Terbangunnya Jejaring Kerja Sama**

Hasil lain yang tidak kalah penting adalah terbangunnya jejaring kerja sama yang lebih kuat antara peserta, lembaga ekonomi, dan pemerintah daerah. Melalui interaksi selama kegiatan, peserta memiliki kesempatan untuk saling berbagi pengalaman, membangun komunikasi, serta menjalin kolaborasi antar kelompok usaha. Jejaring ini menjadi modal sosial yang sangat penting dalam mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan. Selain itu, hubungan antara pelaku usaha dan pemerintah daerah juga semakin erat, sehingga membuka peluang dukungan kebijakan, pendampingan, serta akses terhadap program-program pemberdayaan lainnya. Dengan adanya sinergi yang baik antara berbagai pihak, diharapkan pengembangan ekonomi masyarakat berbasis OVOP dapat berjalan lebih efektif, terarah, dan berkelanjutan.

## **4. DISKUSI**

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan mempertimbangkan secara komprehensif kondisi riil, karakteristik sosial ekonomi, serta potensi lokal yang dimiliki oleh masyarakat di wilayah Kabupaten Flores Timur sebagai lokasi program OVOP. Pendekatan yang digunakan

tidak bersifat umum atau seragam, melainkan disesuaikan dengan kebutuhan dan konteks lapangan, sehingga materi dan metode yang diberikan relevan dengan permasalahan nyata yang dihadapi oleh peserta. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada penyampaian konsep, tetapi juga pada upaya memberikan solusi praktis yang dapat langsung diterapkan dalam pengelolaan usaha masyarakat.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, terlihat bahwa tingkat antusiasme peserta sangat tinggi selama mengikuti seluruh rangkaian pelatihan. Hal ini tercermin dari keaktifan peserta dalam sesi diskusi, tanya jawab, maupun praktik langsung yang diberikan. Tingginya partisipasi tersebut menunjukkan adanya kesadaran yang semakin meningkat di kalangan masyarakat mengenai pentingnya pengembangan kapasitas diri sebagai upaya untuk memajukan usaha dan meningkatkan kesejahteraan. Metode pelatihan yang menggabungkan teori dan praktik terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta. Peserta tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga terlibat langsung dalam proses pembelajaran, sehingga materi yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami, diingat, dan diaplikasikan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Penguatan kapasitas lembaga ekonomi dan kelompok usaha masyarakat menjadi aspek yang sangat krusial dalam kegiatan ini, mengingat perannya sebagai tulang punggung perekonomian desa. Lembaga ekonomi yang dikelola secara profesional dengan sistem manajemen yang baik dan administrasi yang tertib akan memiliki peluang lebih besar untuk berkembang dan bertahan dalam jangka panjang. Selain itu, pengelolaan yang transparan dan akuntabel juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat serta memperkuat posisi lembaga dalam menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk dalam mengakses sumber pembiayaan, bantuan pemerintah, maupun program pemberdayaan lainnya. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas kelembagaan menjadi salah satu fokus utama dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat.

Di samping aspek kelembagaan, kegiatan ini juga menekankan pentingnya peningkatan kualitas pengolahan produk dan strategi pemasaran sebagai faktor penentu keberhasilan usaha. Produk unggulan daerah yang dikembangkan berdasarkan konsep OVOP tidak hanya dituntut memiliki kualitas yang baik, tetapi juga harus memiliki daya tarik visual melalui kemasan yang menarik serta nilai jual yang kompetitif. Dalam hal ini, kemampuan dalam mengemas dan memasarkan produk menjadi kunci utama agar produk mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Peserta didorong untuk memahami pentingnya branding, segmentasi pasar, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran modern. Dengan demikian, usaha

yang dijalankan tidak hanya bertahan, tetapi juga dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan anggota kelompok.

Kegiatan pelatihan ini juga berfungsi sebagai wadah evaluasi bersama bagi para pelaku usaha mikro dalam mengidentifikasi berbagai kendala yang selama ini dihadapi di lapangan. Permasalahan seperti keterbatasan permodalan, rendahnya akses terhadap teknologi, serta terbatasnya jaringan pemasaran menjadi isu utama yang banyak diungkapkan oleh peserta. Melalui diskusi yang dilakukan secara terbuka, berbagai solusi dan rekomendasi berhasil dirumuskan secara bersama-sama. Hasil diskusi ini tidak hanya bermanfaat bagi peserta sebagai bahan perbaikan usaha, tetapi juga dapat menjadi masukan strategis bagi pemerintah daerah dalam merancang kebijakan dan program lanjutan yang lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Secara keseluruhan, kegiatan ini telah berhasil menjadi jembatan dalam mentransfer pengetahuan, keterampilan, serta teknologi tepat guna kepada masyarakat. Dampak yang dihasilkan tidak hanya terbatas pada peningkatan kapasitas individu dan kelompok usaha, tetapi juga pada terbukanya peluang pengembangan ekonomi lokal yang lebih mandiri dan berdaya saing. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan akan tumbuh usaha-usaha baru yang inovatif, produktif, serta mampu bersaing di pasar, sehingga secara berkelanjutan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Flores Timur.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) berupa Pelatihan Peningkatan Kapasitas Lembaga Ekonomi dan Kelompok Usaha Masyarakat pada lokasi program OVOP Kabupaten Flores Timur, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini telah terlaksana secara sistematis melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi dan pelaporan yang terencana dengan baik. Tahap persiapan yang melibatkan koordinasi lintas pihak, penyusunan materi berbasis kebutuhan, serta pemilihan narasumber yang kompeten menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan kegiatan. Pada tahap pelaksanaan, penggunaan metode yang variatif, interaktif, dan aplikatif terbukti mampu meningkatkan partisipasi dan pemahaman peserta secara signifikan. Sementara itu, tahap evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini efektif dalam meningkatkan kapasitas peserta serta memberikan dasar perbaikan untuk kegiatan selanjutnya.

Secara substantif, kegiatan ini memberikan dampak positif yang nyata terhadap peningkatan kapasitas peserta, baik dari aspek pengetahuan, keterampilan, maupun sikap. Peserta mengalami peningkatan pemahaman terhadap konsep *One Village One Product* (OVOP) sebagai strategi pengembangan ekonomi lokal berbasis potensi unggulan daerah. Selain itu, terjadi peningkatan keterampilan manajerial, khususnya dalam pengelolaan organisasi dan administrasi keuangan yang lebih tertib dan akuntabel. Dalam aspek teknis, peserta juga memperoleh kemampuan dalam meningkatkan kualitas produk, pengemasan, serta pelabelan yang lebih menarik dan kompetitif. Di sisi lain, pemahaman terhadap strategi pemasaran modern, khususnya pemasaran digital, turut meningkat sehingga membuka peluang perluasan pasar yang lebih luas.

Lebih lanjut, kegiatan ini juga berhasil memperkuat jejaring kerja sama antara pelaku usaha, lembaga ekonomi, dan pemerintah daerah, yang menjadi modal penting dalam pengembangan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Tingginya antusiasme dan partisipasi peserta menunjukkan adanya kesadaran yang semakin kuat akan pentingnya peningkatan kapasitas diri dalam menghadapi tantangan usaha di era modern. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi ruang refleksi bersama dalam mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi pelaku usaha, serta merumuskan solusi yang dapat dijadikan dasar dalam pengambilan kebijakan dan program lanjutan.

Dengan demikian, kegiatan PKM ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga sebagai upaya strategis dalam mendorong transformasi ekonomi lokal yang lebih mandiri, produktif, dan berdaya saing. Ke depan, diperlukan keberlanjutan program melalui pendampingan, penguatan kebijakan, serta sinergi antar pemangku kepentingan agar dampak dari kegiatan ini dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Flores Timur.

## DAFTAR REFERENSI

- Basir, M. A. (2025). Penguatan Kelembagaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES): Sebuah Studi Pelatihan Untuk Peningkatan Kapasitas dan Kemandirian Ekonomi Desa. *SAMBARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 635–642.
- Claymone, Y., & Jaiborisudhi, W. (2011). A study on *One Village One Product* project (OVOP) in Japan and Thailand as an alternative of community development in Indonesia. *Thai Journal of East Asian Studies*, 16(1), 51–60.
- Handayeni, K., Santoso, E. B., & Siswanto, V. K. (2017). The evaluation of facilitation process

in building community capacity about OVOP concept in Kenjeran Coastal Area, Surabaya. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 79(1), 012030.

Hoang Thanh, L., Ta Nhat, L., Nguyen Dang, H., Ho, T. M. H., & Lebailly, P. (2018). *One Village One Product (OVOP)—A rural development strategy and the early adaption in Vietnam, the case of Quang Ninh Province. Sustainability*, 10(12), 4485.

Jayagoda, D. D., & Dharmawardhana, B. C. (2023). *Community Capacity Development to Achieve Sustainable Development in Sri Lanka: Reviewing the concept of 'One Village One Product' in Japan*. Sri Lanka Technological Campus.

Kurniyati, Y. (2013). Penguatan kapasitas kelembagaan kelompok PEW untuk pengembangan ekonomi lokal Kota Yogyakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 3(1), 91–120.

Memah, M., & Rengkung, L. (2025). PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT MENGENAI PELATIHAN PENINGKATAN KAPASITAS PENGURUS BUMDES DAN KOPERASI MERAH PUTIH DI DESA TEEP TRANS KECAMATAN AMURANG BARAT KABUPATEN MINAHASA SELATAN. *Jurnal Abdimas Scientia*, 1(2), 21–28.

Puspitasari, K. (2024). Role of village capacity building in increasing original village income from the tourism sector: A case study of organization output. *Journal of Global Tourism and Technology Research*, 5(1), 27–35.

Radja, F. L. (2025). PENINGKATAN KAPASITAS KELOMPOK USAHA DI PULAU SUMBA. *Devote: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 4(4), 857–863.

Schumann, F. (2016). *One Village One Product (OVOP) Strategy and Workforce Development: Lessons for Small Islands and Rural Communities. Pacific Asia Inquiry*, 7(1).

Schumann, F. R. (2016). A study of *One Village One Product (OVOP)* and workforce development: lessons for engaging rural communities around the world. *University of Guam. Japan*.

Sega, N. J., & Kanichiro, S. (2018). The OVOP as a tool to develop small and medium-size enterprises: insights from OVOP entrepreneurial experience in Senegal. *International Journal of Education and Research*, 6(3), 95–112.

Setyawan, A. A., Desembrianita, E., Santoso, M. H., & Kalalo, R. R. (2025). Pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan kemandirian ekonomi lokal: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 1494–1503.

Siwiyanti, L., Amal, M. K., & Lestari, N. A. (2021). Peningkatan kapasitas lembaga kemasyarakatan desa dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(3), 890–900.

Sopannah, A., Kurniwati, R., & Anggarani, D. (2023). *Pengelolaan badan usaha milik desa (Bumdes) dalam rangka optimalisasi pendapatan asli desa (PAD) berbasis kearifan lokal*. Scopindo Media Pustaka.

- Sriati, S., Priyanto, G., Junaidi, Y., & Bidarti, A. (2023). Peningkatan Kapasitas Kelompok Usaha Bersama (KUBE) melalui Pelatihan Strategi Pengembangan Usaha dan Pemasaran. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2).
- Sururi, A., Hasanah, B., Mulyasih, R., Firdaus, I. A., Hasuri, H., & Yuliani, H. (2020). Peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan kelompok usaha mikro kecil dan menengah di kawasan pantai utara Desa Domas Kabupaten Serang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 405–415.
- Yuana, A. G., Yuliana, I., & Suprayitno, E. (2021). Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pendekatan *One Village One Product* (OVOP). *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 278–288.