



Buku Petunjuk Teknis
PENILAIAN, KLASIFIKASI DAN PEMBINAAN
PRODUK OVOP



DIREKTORAT JENDERAL INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN
2012

KATA PENGANTAR

Industri Kecil dan Menengah merupakan salah satu sektor usaha di bidang industri yang menduduki posisi penting dalam perekonomian nasional, karena sektor ini memberikan sumbangan yang besar terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) sebesar 33.47% terhadap PDB sector industri, dengan populasi unit usaha tahun 2010 sebesar 3,8 juta unit usaha menyerap tenaga kerja sebesar 8,75 juta orang dengan nilai produksi sebesar Rp. 521 triliun serta sumbangannya terhadap pendapatan devisa sebesar US\$ 13.5 Miliar.

Sesuai Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2007 tentang Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah memberikan tugas kepada seluruh Menteri, Kepala Lembaga Pemerintah Non Departemen, Gubernur dan Bupati/Walikota untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan sesuai tugas, fungsi dan kewenangan masing-masing. Kementerian Perindustrian telah mengambil langkah kebijakan dengan diterbitkannya Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 78/M-IND/PER/2007 tentang Peningkatan Efektifitas Pengembangan Industri Kecil dan Menengah melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk (One Village One Product) di Sentra.

Untuk melaksanakan pembinaa IKM melalui pendekatan OVOP sebagaimana diamanatkan dalam Peraturan Menteri tersebut maka maka Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah menyusun Petunjuk Teknis Penilaian, Klasifikasi dan Pembinaan OVOP. Buku Petunjuk Teknis ini memuat langkah operasional yang dapat menjadi pegangan bagi instansi pembina di Pusat maupun di Daerah serta pemangku kepentingan terkait dengan pembinaan IKM, yaitu tentang (1) Seleksi Produk OVOP, (2) Seleksi Sentra OVOP, (3) Penilaian dan Penetapan Klasifikasi Produk OVOP, (4) Kelembagaan Pengembangan Produk OVOP. Buku Petunjuk Teknis ini dilengkapi lampiran tentang (1) Kriteria Seleksi Produk OVOP untuk 6 (enam) Komoditi, meliputi makanan ringan, minuman ringan, tenun, batik, anyaman dan gerabah/keramik hias. (2) Formulir Pendaftaran Produk OVOP Indonesia.

Dengan adanya Petunjuk Teknis Penilaian, Klasifikasi dan Pembinaan OVOP ini diharapkan pembinaan produk IKM yang memiliki ciri khas dan spesifik sebagai komoditi unggulan daerah sebagai produk OVOP Indonesia menjadi terarah dan terintegrasi.

Buku Petunjuk Teknis ini masih perlu diperlengkapi dengan lampiran-lampiran penilaian tidak terbatas hanya hanya pada 6 (enam) komoditi akan tetapi dapat diperluas terhadap penilaian produk OVOP lainnya. Dengan adanya lampiran penilaian terhadap 6 (enam) komoditi di atas dapat dijadikan acuan penilaian terhadap komoditi OVOP lainnya, yaitu (1) Aspek Produksi dan Pengembangan Masyarakat, meliputi aspek (a) Produksi, (b) Pengembangan Produk, (c) Pengembangan Masyarakat (2) Aspek Manajemen dan Pemasaran, meliputi aspek (a) Manajemen, (b) Pemasaran, (c) Riwayat Produk, (3) Aspek Kualitas dan Penampilan Produk meliputi aspek (a) Kualitas, (b) Peluang Pasar Ditinjau dari Kualitas Produk,

Akhirnya kami mengajak semua pihak terkait dengan pembinaan Produk OVOP secara bersama-sama dan bersinergi melakukan integrasi program sebagaimana telah dirumuskan dalam Buku Petunjuk Teknis Penilaian, Klasifikasi dan Pembinaan OVOP ini.

Jakarta, Januari 2012
Direktur Jenderal
Industri Kecil dan Menengah



EUIS SAEDAH

DAFTAR ISI

	Hal
Kata Pengantar.....	3
Daftar Isi	5
Daftar Tabel.....	7
Daftar Gambar.....	8
Daftar Lampiran	9
1. Pendahuluan.....	11
1.1. Latar Belakang.....	11
1.2. Tujuan	12
1.3. Operasionalisasi.....	12
2. Seleksi Sentra OVOP.....	14
2.1. Kriteria Seleksi	14
2.2. Prosedur & Pengajuan Sentra OVOP	15
3. Seleksi Produk OVOP.....	16
3.1. Persyaratan Produk untuk Diseleksi.....	16
3.2. Proses Seleksi Produk	17
4. Penilaian Sentra OVOP & Produk OVOP serta Penetapan Klasifikasi Produk OVOP.....	19
4.1. Kriteria Penilaian Sentra OVOP	19
4.2. Kriteria Penilaian Produk OVOP	20
4.3. Klasifikasi Produk OVOP	22

5. Kelembagaan Pengembangan Produk OVOP	24
5.1. Forum Koordinasi OVOP (FKO)	24
5.2. Fungsi, Tugas dan Mekanisme Kerja FKO	25
5.3. Tim Seleksi & Mekanisme Seleksi Produk OVOP	27
5.4. Mekanisme Penetapan Produk OVOP	29
5.5. Klasifikasi Produk OVOP & Tanda Bintang.....	30
6. Pembinaan Sentra OVOP & Produsen Produk OVOP	32
6.1. Tujuan pembinaan sentra OVOP	32
6.2. Fasilitas pembinaan sentra OVOP	32
6.3. Tujuan pembinaan perusahaan/produsen produk OVOP	32
6.4. Fasilitas pembinaan perusahaan produk OVOP	32
6.5. Pembagian Tugas Pembinaan Produk OVOP	33
6.6. Kewajiban Produsen Produk OVOP Mengikuti Pelatihan.....	33
7. Penghargaan OVOP	34
7.1. Calon penerima penghargaan	34
7.2. Kriteria Penilaian	34
7.3. Tata cara penilaian dan pemberian penghargaan	34
7.4. Waktu penilaian dan pemberian penghargaan	35
8. Program dan Kegiatan OVOP	36
8.1. Koordinasi dan Sosialisasi Program OVOP di Provinsi	36
8.2. Identifikasi, seleksi sentra dan produk OVOP di provinsi/ kabupaten/ kota serta sertifikasi produk OVOP	36
8.3. Pembinaan dan pengembangan sentra OVOP dan produk OVOP.....	36
8.4. Pemberian penghargaan OVOP	36
9. Penutup.....	37
10. Lampiran	39

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1. Penetapan Peringkat, Klasifikasi dan Skor Produk OVOP	23

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1. Struktur Organisasi FKO Pusat	24
Gambar 2. Struktur Organisasi FKO Provinsi.....	25
Gambar 3. Mekanisme Kerja FKO Pusat dan FKO Provinsi	27
Gambar 4. Mekanisme Seleksi Produk OVOP.....	28
Gambar 5. Logo OVOP Indonesia (sertifikat)	31
Gambar 6. Logo OVOP dengan bintang dan nomor registrasi (pada label produk)	31

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kriteria untuk Seleksi Produk Satu Daerah Satu Produk (OVOP) Indonesia
Kategori : SENTRA
(FORMULIR : OVOP – 1)
- Lampiran 2. Kriteria untuk Seleksi Produk Satu Daerah Satu Produk (OVOP) Indonesia
Kategori : PRODUK
(FORMULIR : OVOP – 2)
- Lampiran 3. Kriteria untuk Seleksi Produk Satu Daerah Satu Produk (OVOP) Indonesia
Kategori : MAKANAN RINGAN
(FORMULIR : OVOP – 3)
- Lampiran 4. Kriteria untuk Seleksi Produk Satu Daerah Satu Produk (OVOP) Indonesia
Kategori : MINUMAN SARI BUAH DAN SIRUP BUAH
(FORMULIR : OVOP – 4)
- Lampiran 5. Kriteria untuk Seleksi Produk Satu Daerah Satu Produk (OVOP) Indonesia
Kategori : BATIK
(FORMULIR : OVOP – 5)
- Lampiran 6. Kriteria untuk Seleksi Produk Satu Daerah Satu Produk (OVOP) Indonesia
Kategori : TENUN
(FORMULIR : OVOP – 6)
- Lampiran 7. Kriteria untuk Seleksi Produk Satu Daerah Satu Produk (OVOP) Indonesia
Kategori : ANYAMAN
(FORMULIR : OVOP – 7)
- Lampiran 8. Kriteria untuk Seleksi Produk Satu Daerah Satu Produk (OVOP) Indonesia
Kategori : GERABAH
(FORMULIR : OVOP – 8)



I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sub-sektor Industri Kecil dan Menengah (IKM) memberikan kontribusi yang signifikan pada sektor industri dan menjadi salah satu penggerak ekonomi Indonesia terutama di wilayah pedesaan. Meningkatkan pendapatan pelaku usaha IKM, berarti memperbaiki taraf hidup masyarakat yang pada gilirannya akan mengurangi tingkat kemiskinan diseluruh wilayah tanah air. Selain memproduksi membuat barang, IKM juga bertindak sebagai pemasok bahan/barang setengah jadi seperti komponen untuk perusahaan besar. Dalam rangka mempercepat pengembangan IKM, maka dilaksanakan program pengembangan IKM dengan pendekatan OVOP (*One Village One Product*) di sentra. Program ini merupakan tindaklanjut dari Instruksi Presiden nomor 6 tahun 2007 tentang Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dan Instruksi Presiden nomor 5 tahun 2008 tentang Fokus Program Ekonomi Tahun 2008-2009 serta Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 78/M-IND/PER/9/2007 tentang Peningkatan Efektifitas Pengembangan IKM melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk (One Village One Product-OVOP) di Sentra.

OVOP adalah suatu gerakan masyarakat yang secara integratif berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi dan kekayaan daerah, meningkatkan pendapatan para pelaku usaha dan masyarakat sekaligus meningkatkan rasa percaya diri dan kebanggaan terhadap kemampuan yang dimiliki masyarakat dan daerahnya. Sumber daya alam ataupun produk budaya lokal serta produk khas lokal yang telah dilakukan secara turun temurun dapat digali dan dikembangkan untuk menghasilkan produk bernilai tambah tinggi sesuai tuntutan dan permintaan pasar. Dengan pembagian peran yang jelas dari masing-masing pemangku kepentingan, adanya perencanaan yang

baik, adanya tahapan kegiatan dan komitmen bersama pemangku kepentingan untuk memperkuat IKM di tanah air, maka peningkatan efektivitas pengembangan IKM melalui pendekatan OVOP di sentra diharapkan dapat dicapai.

1.2. Tujuan

Tujuan buku pedoman ini adalah untuk memberikan informasi dan sebagai acuan bagi pemangku kepentingan dalam pengembangan IKM melalui pendekatan OVOP di sentra yaitu dalam :

1. Melakukan seleksi, penilaian dan penetapan klasifikasi produk OVOP,
2. Memberikan panduan dalam pembinaan perusahaan produk OVOP,
3. Memberikan panduan dalam pemberian penghargaan OVOP.

Adapun tujuan program dari pengembangan IKM dengan pendekatan OVOP di sentra adalah untuk :

1. Mempercepat pengembangan IKM,
2. Mengembangkan potensi produk unggulan dan memiliki keunikan daerah menjadi produk kelas dunia,
3. Meningkatkan pendapatan dan membangun kebanggaan masyarakat daerah yang memiliki produk unggulan dan unik di pasar global.

1.3. Operasionalisasi

Program Pengembangan IKM dengan pendekatan OVOP di Sentra pada dasarnya merupakan program insentif dari pemerintah yang diberikan kepada masyarakat khususnya pelaku usaha dalam rangka mempercepat pengembangan produk unggulan khas / unik daerah untuk mampu menembus pasar global. Pendekatan OVOP akan mendorong perbaikan kualitas dan kuantitas produk unggulan daerah dan mengantarkannya ke pasar global.

Untuk melaksanakan program ini, maka disusun petunjuk teknis untuk menjadi pedoman bagi stakeholder baik di pemerintah pusat, pemerintah daerah , kalangan dunia usaha maupun masyarakat. Dalam buku Petunjuk teknis ini dijelaskan tentang cara :

1. Seleksi sentra OVOP ;
2. Seleksi produk OVOP;
3. Penilaian dan penetapan klasifikasi produk OVOP;
4. Kelembagaan pengembangan produk OVOP;
5. Pembinaan Sentra OVOP dan Produsen produk OVOP;
6. Penghargaan OVOP;
7. Program kegiatan tahun 2012 -2013.

II. SELEKSI SENTRA OVOP

Sentra OVOP merupakan wilayah desa atau kecamatan dimana produk IKM sebagai produk OVOP diproduksi. Homogenitas produk, lokasi, akses jalan, sumber bahan baku, sumberdaya manusia, serta komitmen pemerintah daerah merupakan pertimbangan utama dalam penentuan wilayah/sentra IKM sebagai sentra OVOP. Untuk menentukan apakah suatu wilayah/sentra IKM merupakan sentra OVOP, maka dilakukan seleksi dengan kriteria tertentu.

2.1 Kriteria Seleksi

Kriteria seleksi Sentra OVOP mencakup beberapa aspek sebagai berikut :

- 1) Wilayah (desa atau kecamatan) yang dapat diusulkan sebagai sentra OVOP adalah :
 - a) Wilayah yang mempunyai potensi sumberdaya unggulan (sumberdaya alam sebagai bahan baku, keterampilan masyarakat atau lainnya) yang dapat diolah dan dikembangkan menjadi barang/produk bernilai tambah tinggi berorientasi ekspor.
 - b) Wilayah yang masyarakatnya telah melakukan kegiatan produksi barang/produk yang sama/sejenis (sentra IKM) yang dapat dikembangkan lagi menjadi produk yang bernilai tambah lebih tinggi berorientasi ekspor.
- 2) Untuk wilayah sesuai butir 3.1.1. a) maka sekurang-kurangnya mempunyai 1 perusahaan penghela utama (champion*) dan 3 perusahaan lain bimbingannya yang memproduksi barang yang sejenis yang mengolah dan mengembangkan potensi sumberdaya unggulan wilayahnya.

Untuk wilayah sesuai butir 3.1.1. b) sekurang-kurangnya terdapat 10 perusahaan/pengusaha yang memproduksi produk sejenis.

**) perusahaan penghela utama (champion) adalah perusahaan utama atau terbesar kapasitas produksinya dalam mengolah sumberdaya di wilayahnya dan bersedia menjadi penggerak masyarakat untuk menumbuhkan usaha baru sejenis di sekitarnya.*

- 3) Produk yang diproduksi tersebut memiliki keunikan dan kearifan lokal atau sejarah yang dinilai dari aspek bahan baku dan/atau keterampilan lokal maupun budaya lokal.
- 4) Sejauh mana komitmen dan fasilitasi Pemerintah Daerah terhadap pengembangan produk IKM yang di kerjakan masyarakat.
- 5) Memiliki pengurus sentra yang dapat berupa kelompok usaha, KUB, koperasi, paguyuban, asosiasi, dll.
- 6) Sentra OVOP yang diusulkan daerah (kabupaten/kota) diharapkan sudah sesuai dengan Perda RUTR (Rencana Umum Tata Ruang) masing-masing.
- 7) Ketersediaan bahan baku di daerah setempat.
- 8) Kemudahan akses ke lokasi sentra untuk dicapai transportasi umum.

2.2 Prosedur dan Pengajuan Sentra OVOP

Pengajuan suatu wilayah untuk diseleksi sebagai sentra OVOP dilakukan oleh pemerintah daerah (Dinas yang membidangi perindustrian) dengan prosedur sebagai berikut:

- 1) Kepala Dinas Perindustrian Provinsi, atas usulan Kepala Dinas Kabupaten/Kota, mengajukan kepada Menteri Perindustrian u.p. Dirjen IKM nama desa/kecamatan yang memenuhi kriteria untuk ditetapkan sebagai sentra OVOP.
- 2) Selanjutnya Menteri Perindustrian u.p. Dirjen IKM akan memverifikasi dan menetapkan desa/ kecamatan tersebut sebagai sentra OVOP.

III. SELEKSI PRODUK OVOP

Setiap daerah memiliki produk/komoditi yang potensial untuk menjadi produk OVOP. Walaupun demikian, tidak semua produk/komoditi tersebut dapat dikategorikan sebagai produk OVOP. Untuk dapat disebut sebagai produk OVOP, suatu produk harus memenuhi kriteria sebagai produk OVOP seperti yang telah ditetapkan (lihat lampiran). Cakupan jenis produk IKM yang akan diseleksi sebagai produk OVOP pada buku Petunjuk Teknis ini meliputi produk :

1. Makanan ringan
2. Minuman sari buah dan sirup buah,
3. Kain tenun
4. Batik
5. Kerajinan anyaman,
6. Kerajinan gerabah.

Seleksi dimaksudkan untuk menjangking produk-produk IKM di Sentra yang akan dikembangkan menjadi produk OVOP.

3.1. Persyaratan Produk untuk Diseleksi .

Persyaratan produk yang akan diseleksi mencakup batasan produk, produsen, jenis produk, dan jumlah produk.

1) Batasan Produk

Produk yang diseleksi harus :

- a) Memiliki keunikan/kearifan lokal (memiliki sejarah dari produk yang berkembang di wilayah tersebut),

- b) Berkualitas ekspor,
- c) Diproduksi secara berkesinambungan (kontinu).

2) Produsen

Produsen pemilik produk yang akan diseleksi harus:

- a) Memiliki legalitas usaha,
- b) Mengajukan permohonan sebagai produsen produk OVOP.

3) Jenis Produk

Jenis produk yang dinilai adalah produk yang diajukan oleh produsen pemilik produk dan masuk dalam cakupan jenis produk IKM yang akan diseleksi sebagai produk OVOP.

4) Jumlah produk.

Jumlah produk yang dapat diajukan untuk diseleksi sebagai produk OVOP dibatasi paling banyak 2 (dua) jenis produk (untuk produk tunggal) atau 2 (dua) set produk (untuk set produk).

3.2. Proses Seleksi Produk

Proses seleksi produk dilakukan di tingkat provinsi dan di tingkat pusat dengan langkah-langkah berikut :

- 1) Di tingkat provinsi,** proses seleksi diadakan setiap tahun dari bulan Januari hingga bulan Juni.
- 2) Produsen mengirim formulir aplikasi dan contoh produk kepada Kepala Dinas Perindustrian Provinsi untuk diseleksi secara administratif yang meliputi verifikasi dokumen, pengecekan ke perusahaan, dan penilaian fisik produk.
- 3) Hasil verifikasi dan penilaian yang memenuhi syarat dan merupakan produk terbaik di tingkat provinsi dikirim ke Sekretariat Forum Koordinasi OVOP (FKO) Pusat.

- 4) **Ditingkat pusat**, proses seleksi dilaksanakan setiap tahun pada bulan Mei hingga Agustus.
- 5) Sekretariat FKO mengirim dokumen dan contoh produk yang diterima dari Dinas Perindustrian Provinsi kepada Tim Seleksi.
- 6) Tim Seleksi melakukan verifikasi dan penilaian penampilan produk serta verifikasi lapangan.
- 7) Tim Seleksi melakukan penilaian akhir dan mengajukan rekomendasi penetapan produk OVOP kepada FKO.

IV. PENILAIAN SENTRA OVOP DAN PRODUK OVOP SERTA PENETAPAN KLASIFIKASI PRODUK OVOP

Untuk menentukan klasifikasi suatu produk OVOP, dilakukan penilaian terlebih dahulu terhadap calon produk OVOP. Kriteria penilaian dan prosedur penetapannya seperti diuraikan di bawah ini.

4.1. Kriteria Penilaian Sentra OVOP.

Suatu wilayah (Desa atau Kecamatan), baik wilayah yang terdapat sekurang-kurangnya 1 perusahaan penghela utama (champion) dengan 3 perusahaan/pengusaha lain bimbingannya yang memproduksi produk sejenis atau wilayah yang terdapat sekurang-kurangnya 10 perusahaan/pengusaha yang memproduksi produk sejenis, maka untuk dapat disebut sebagai sentra OVOP harus memenuhi syarat sebagai berikut :

- 1) Wajib ada, yaitu :
 - a) Produk yang diproduksi tersebut memiliki keunikan/kekhasan dan kearifan lokal atau sejarah yang dinilai dari aspek bahan baku dan/atau keterampilan lokal maupun budaya lokal.
 - b) Adanya komitmen program atau fasilitasi Pemerintah Daerah terhadap pengembangan produk IKM di sentra yang bersangkutan.
 - c) Memiliki pengurus sentra yang dapat berupa Kelompok Usaha Bersama (KUB), koperasi, paguyuban, asosiasi, dll.
 - d) Ketersediaan bahan baku di daerah setempat.
 - e) Adanya akses ke lokasi sentra untuk dicapai transportasi umum.

2) Tidak diutamakan.

Sentra OVOP yang diusulkan telah sesuai dengan Perda RUTR (Rencana Umum Tata Ruang) daerahnya masing-masing.

4.2. Kriteria Penilaian Produk OVOP.

Penilaian dilakukan kepada produk yang diajukan/ diusulkan oleh perusahaan. Aspek yang dinilai meliputi :

1. Produksi dan pengembangan masyarakat (30 – 41 skor).
2. Pemasaran (15 – 35 skor).
3. Kualitas dan penampilan produk (35 – 46 skor).

Unsur-unsur yang dinilai pada ketiga aspek diatas mencakup:

1. Sumber bahan baku.
Penggunaan sumber bahan baku daerah setempat akan memperoleh nilai lebih tinggi dibandingkan dengan dari luar daerah.
2. Pengembangan produk/inovasi.
Kreativitas dan inovasi dalam pengembangan produk yang dilakukan sendiri oleh perorangan/perusahaan/kelompok mendapatkan nilai yang tinggi.
3. Keunikan lokal (spesifik lokasi).
Produk memiliki ciri/ kekhasan budaya/ keterampilan setempat yang unik mendapatkan nilai yang tinggi.
4. Sejarah produk.
Riwayat produk yang terdokumentasi merupakan aspek yang dinilai meliputi legenda produk dan kearifan lokal.
5. Kemasan (termasuk jenis, bentuk, dan informasi isi/ label).
Penggunaan kemasan sesuai dengan kaidah kemasan dan peraturan yang berlaku.

6. Standar yang dimiliki.
Standar yang digunakan perusahaan dapat berupa standar perusahaan/ standar pembeli, Standar Nasional Indonesia, dan standar internasional.
7. Teknologi yang digunakan.
Teknologi yang dinilai meliputi penggunaan teknologi sederhana, semi mekanis, atau otomatis.
8. Kapasitas produksi.
Dilakukan penilaian terhadap perkembangan kapasitas produksi dalam 3 (tiga) tahun terakhir.
9. Perijinan.
Perusahaan yang memproduksi produk OVOP dinilai legalitas usahanya meliputi : Tanda Daftar Industri, Surat Ijin Usaha Perdagangan, Sertifikat Halal, P-IRT/MD.
10. Manajemen usaha.
Manajemen usaha yang dinilai meliputi aspek struktur organisasi serta pembagian tugas.
11. Pembukuan (administrasi keuangan).
Perusahaan produk OVOP dinilai dari ketertiban administrasi keuangan.
12. Pemasaran (termasuk volume, lokasi dan teknik pemasaran).
Pemasaran produk dinilai dari jangkauan dan segmen pasar.
13. Peningkatan omzet penjualan.
Omzet penjualan dinilai dari persentase peningkatan tahunan dalam 3 (tiga) tahun terakhir.
14. Dampak lingkungan.
Perusahaan produk OVOP dinilai apakah terjadi dampak dari proses produksinya terhadap lingkungan.

15. Keterlibatan tenaga kerja dan masyarakat sekitar.

Pemanfaatan tenaga kerja lokal merupakan keunggulan yang dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan masyarakat setempat.

16. Keuntungan yang disumbangkan kepada masyarakat dan lingkungannya.

Kepedulian perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan dengan memberikan sebagian dari keuntungan perusahaan.

17. dan sebagainya.

4.3. Klasifikasi Produk OVOP

Klasifikasi produk OVOP Indonesia bersifat nasional. Penentuan klasifikasi berdasarkan dengan jumlah skor atas unsur-unsur yang dinilai. Klasifikasi produk OVOP Indonesia tertinggi adalah yang dapat mencapai skor 100 (sangat baik).

Penilaian terhadap setiap jenis produk didasarkan pada unsur-unsur yang dinilai dalam format kuesioner. Selanjutnya, hasil penilaian produk dinyatakan dalam 5 (lima) peringkat/ tingkatan. Nilai skor tertinggi (91-100) ditetapkan dengan klasifikasi Bintang 5 (*****). Sedangkan nilai skor terendah (50-60) ditetapkan dengan klasifikasi Bintang 1 (*). Secara rinci, klasifikasi produk OVOP dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Penetapan Peringkat, Klasifikasi dan Skor Produk OVOP

Klasifikasi	Skor	Penilaian
Bintang 5 (*****)	91 – 100	berkualitas sangat baik dan pasar ekspor
Bintang 4 (****)	81 – 90	berkualitas baik, pasar nasional/dalam negeri. Untuk pasar ekspor dengan beberapa perbaikan
Bintang 3 (***)	71 – 80	berkualitas cukup baik. Dengan beberapa perbaikan dapat mencapai bintang 4 untuk pasar nasional/dalam negeri.
Bintang 2 (**)	61 – 70	masih perlu bimbingan dasar, namun berpeluang meningkat sebagai bintang 3 dengan berbagai perbaikan
Bintang 1 (*)	50 - 60	produk masih banyak kelemahan dan sulit dikembangkan untuk mencapai bintang 2 dalam waktu dekat.

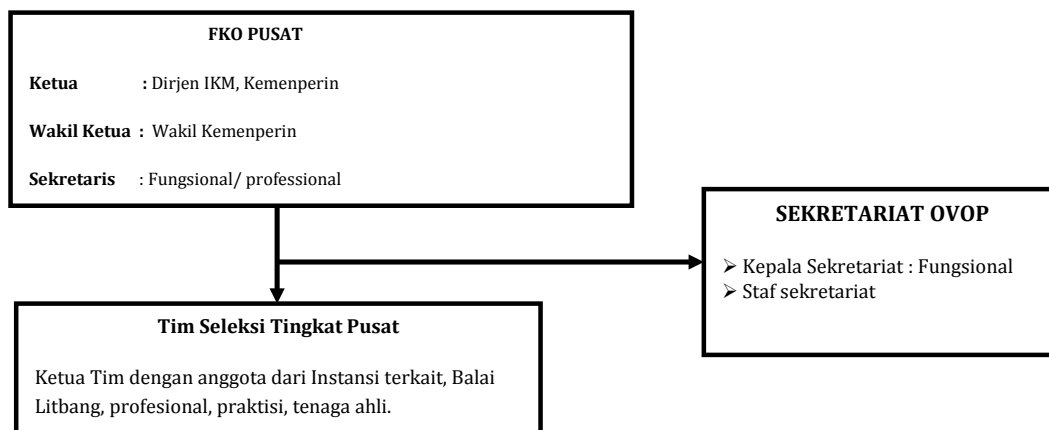
V. KELEMBAGAAN PENGEMBANGAN PRODUK OVOP

5.1. Forum Koordinasi OVOP (FKO)

Untuk mengkoordinasikan program pengembangan Industri Kecil dan Menengah melalui pendekatan OVOP di sentra, dibentuk Forum Koordinasi OVOP (FKO) di tingkat Pusat dan Provinsi. Forum Koordinasi OVOP (FKO) adalah forum para pihak terkait (stakeholder) dalam pengembangan IKM melalui pendekatan OVOP. FKO tingkat Pusat dibentuk dan dikoordinasikan oleh Direktur Jenderal IKM. FKO tingkat Provinsi dibentuk dan dikoordinasikan oleh Kepala Dinas Provinsi yang menyelenggarakan urusan bidang perindustrian.

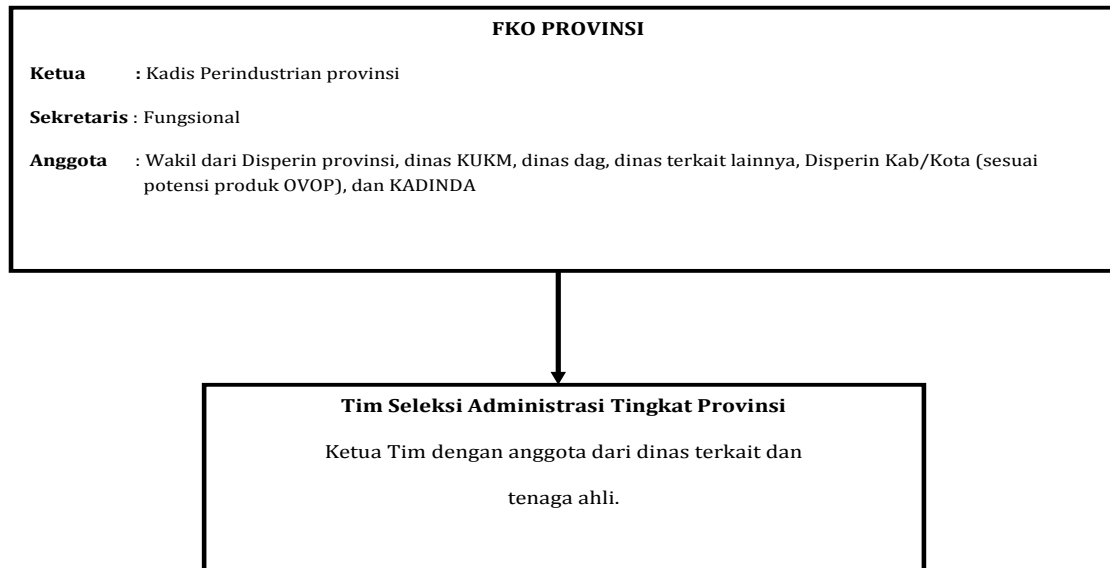
FKO beranggotakan wakil-wakil dari instansi/lembaga maupun profesional yang memiliki kompetensi di bidang masing-masing.

Struktur FKO Pusat adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Struktur Organisasi FKO Pusat

Struktur FKO di Provinsi adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Struktur Organisasi FKO Provinsi

5.2. Fungsi, Tugas dan Mekanisme Kerja FKO

Fungsi dan tugas FKO adalah merencanakan dan mengendalikan seluruh kegiatan pengembangan IKM melalui pendekatan OVOP di sentra di Indonesia.

Tugas FKO Pusat sebagai berikut :

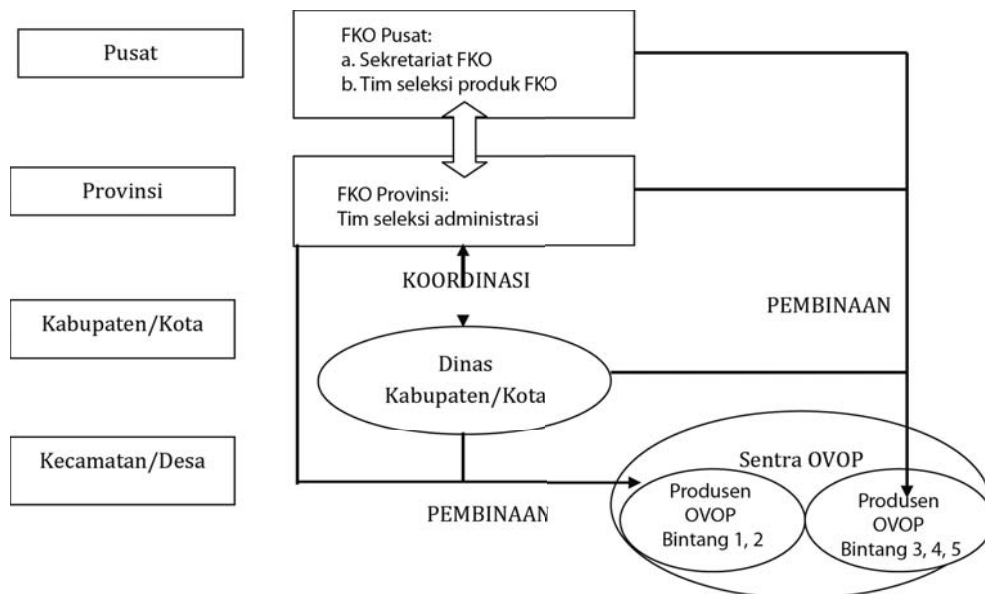
1. Merencanakan dan menetapkan program OVOP.
2. Menetapkan kriteria produk OVOP.
3. Menetapkan produk dan sentra OVOP.
4. Membentuk Tim seleksi produk OVOP.
5. Menyiapkan dan memberikan sertifikat produk OVOP.
6. Melakukan koordinasi dengan instansi/ lembaga terkait di tingkat Pusat dan FKO Provinsi.

7. Menetapkan penerima penghargaan OVOP (OVOP Award).
8. Melakukan kampanye gerakan OVOP dan diseminasi informasi tentang OVOP.
9. Memfasilitasi promosi dan pemasaran sentra OVOP dan produk OVOP.
10. Melaksanakan kegiatan monitoring dan evaluasi.
11. Menyusun dan menyampaikan laporan.

Tugas FKO Provinsi sebagai berikut :

1. Melakukan koordinasi dengan FKO Pusat untuk menetapkan program pembinaan OVOP Provinsi.
2. Membentuk Tim Seleksi Administrasi produk OVOP.
3. Menyampaikan hasil penilaian produk OVOP di tingkat provinsi kepada Ketua FKO Pusat.
4. Mengarahkan dan berkoordinasi dengan instansi/ lembaga terkait di tingkat Provinsi dan Dinas Perindustrian Kabupaten/Kota dalam pelaksanaan pembinaan produk OVOP.
5. Mengusulkan calon penerima penghargaan OVOP (OVOP Award).
6. Melakukan kampanye gerakan OVOP dan diseminasi informasi tentang OVOP.
7. Memfasilitasi promosi dan pemasaran sentra OVOP dan produk OVOP.
8. Melakukan monitoring dan evaluasi pembinaan OVOP.
9. Menyusun dan menyampaikan laporan.

Dalam rangka seleksi dan pembinaan produk OVOP, maka mekanisme kerja antara FKO Pusat dan FKO Provinsi sebagai berikut :



Gambar 3. Mekanisme Kerja FKO Pusat dan FKO Provinsi

5.3. Tim Seleksi dan Mekanisme Seleksi Produk OVOP.

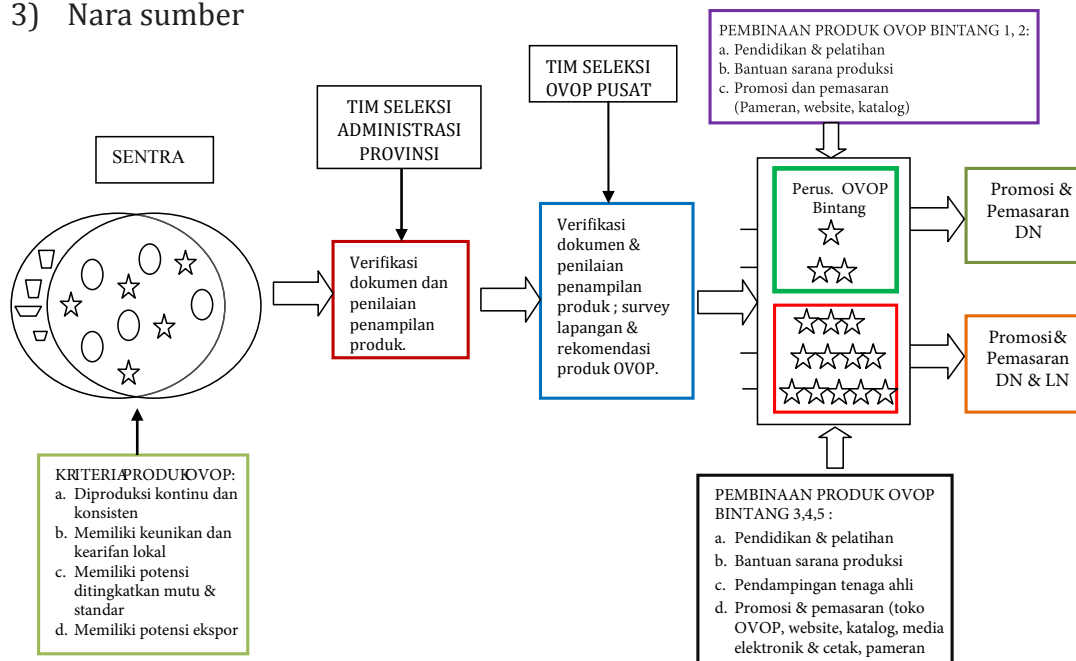
Tim Seleksi Produk OVOP dibentuk di tingkat pusat dan daerah (provinsi) yang beranggotakan wakil-wakil dari instansi terkait dan individu yang berintegritas, ahli dan kompeten dibidangnya.

Tim seleksi produk OVOP wajib :

- 1) Memiliki pengetahuan tentang produk dan desain.
- 2) Mempunyai pengetahuan tentang produksi.
- 3) Memahami manajemen dan pembukuan (administrasi dan keuangan).

Susunan keanggotaan tim seleksi produk OVOP sebagai berikut :

- 1) Tim seleksi pusat :
 - a. Wakil dari direktorat jenderal pembina
 - b. Wakil dari Instansi terkait
 - c. Wakil dari Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Industri
 - d. Profesional, praktisi
 - e. Tenaga ahli
- 2) Tim seleksi provinsi :
 - a. Wakil dari dinas provinsi yang membidangi perindustrian
 - b. Wakil instansi terkait
 - c. Tenaga ahli
- 3) Nara sumber



Gambar 4. Mekanisme Seleksi Produk OVOP

Penjelasan mekanisme seleksi produk OVOP.

- 1) Dilakukan identifikasi wilayah potensial untuk dikembangkan sebagai sentra OVOP
- 2) Perusahaan didalam sentra diundang dan ditawarkan mengikuti program OVOP serta mengikuti seleksi.

Dalam seleksi produk OVOP, maka perusahaan yang dapat diseleksi adalah perusahaan yang mempunyai kriteria sebagai berikut :

- a. Berproduksi kontinu dan konsisten,
- b. Produk memiliki keunikan dan kearifan lokal,
- c. Perusahaan dan produknya memiliki potensi ditingkatkan mutu & standar,
- d. Produk memiliki potensi ekspor.

Perusahaan yang memiliki kriteria tersebut, mengajukan produk terbaiknya untuk diseleksi dengan menggunakan Formulir Pendaftaran Produk OVOP Indonesia.

Formulir yang telah diisi lengkap beserta contoh produk disampaikan ke FKO Provinsi.

- 3) FKO Provinsi cq. Tim Seleksi Administrasi melakukan verifikasi dokumen dan penilaian terhadap produk dari perusahaan.

Produk yang dinilai terbaik dan berpotensi sebagai produk OVOP oleh Tim Seleksi Administrasi disampaikan ke FKO Pusat.

- 4) FKO pusat menugasi Tim seleksi pusat untuk melakukan verifikasi dan penilaian.

Tim seleksi pusat mengusulkan calon produk OVOP dan klasifikasi produk OVOPnya kepada Ketua FKO pusat, untuk ditetapkan dan disahkan.

5.4. Mekanisme Penetapan Produk OVOP

Proses penetapan peringkat memerlukan mekanisme yang diatur oleh FKO untuk mencegah kemungkinan pemalsuan dan penyalahgunaan.

Urutan kegiatan dalam penetapan produk OVOP adalah sebagai berikut :

- 1) Ketua FKO menyelenggarakan rapat penilaian untuk membahas rekomendasi Tim seleksi pusat mengenai calon produk OVOP dan klasifikasi produk OVOPnya.
- 2) Penetapan produk OVOP dan klasifikasinya dilakukan setiap tahun pada awal bulan Oktober.
- 3) Rapat FKO menetapkan produk yang mendapat status produk OVOP dengan klasifikasi peringkat/bintangnya.
- 4) FKO melaporkan hasil penilaian kepada Menteri.
- 5) FKO atas nama Menteri Perindustrian dan Pemerintah menerbitkan sertifikat OVOP terhadap produk yang bersangkutan sesuai dengan klasifikasi peringkat/ bintang .
- 6) Sertifikat produk OVOP asli diserahkan kepada perusahaan produsen produk OVOPnya, sementara fotokopi yang dilegalisasi disampaikan kepada instansi/ lembaga lain terkait untuk ditindaklanjuti dan kepada sekretariat FKO sebagai arsip.

5.5. Klasifikasi Produk OVOP dan Tanda Bintang.

Klasifikasi produk OVOP ditandai dengan pemberian tanda bintang.

Produk OVOP bintang 5 adalah berkualitas sangat baik dan untuk pasar ekspor.

Produk OVOP bintang 4 adalah berkualitas baik, untuk pasar nasional/dalam negeri. Untuk pasar ekspor dengan beberapa perbaikan.

Produk OVOP bintang 3 adalah berkualitas cukup baik. Dengan beberapa perbaikan dapat mencapai bintang 4 untuk pasar nasional/dalam negeri.

Produk OVOP bintang 2 adalah masih perlu bimbingan dasar, namun berpeluang meningkat sebagai bintang 3 dengan berbagai perbaikan.

Produk OVOP bintang 1 adalah produk yang masih banyak kelemahan dan sulit dikembangkan untuk mencapai bintang 2 dalam waktu dekat.

Produk yang memperoleh sertifikat produk OVOP dari Pemerintah c.q Menteri Perindustrian, berhak menggunakan logo OVOP Indonesia pada produknya. Penggunaan logo OVOP dengan aturan sebagai berikut:

- 1) Perusahaan bersertifikat produk OVOP berhak menggunakan dan mencantumkan logo OVOP pada produk yang ditetapkan sebagai produk OVOP.
- 2) Perusahaan yang tidak atau belum mendapat sertifikat produk OVOP dilarang menggunakan logo OVOP pada produknya.
- 3) Logo OVOP dapat dicantumkan pada produk, kemasan, atau sarana promosi produk yang bersangkutan.



Gambar 5. Logo OVOP Indonesia (sertifikat)



Gambar 6. Logo OVOP dengan bintang dan nomor registrasi (pada label produk)

VI. PEMBINAAN SENTRA OVOP DAN PRODUSEN PRODUK OVOP

Pembinaan dan pengembangan IKM dengan pendekatan OVOP di sentra, dilakukan dalam 2 (dua) bagian, yaitu pembinaan sentra OVOP dan pembinaan perusahaan/produsen produk OVOP. Pembinaan dilakukan dalam berbagai bentuk sesuai dengan kebutuhannya.

6.1. Tujuan pembinaan sentra OVOP adalah untuk:

1. Mengembangkan produk unggulan dan unik hingga mencapai kualitas yang semakin baik.
2. Meningkatkan jumlah pengusaha dan perajin dalam sentra.
3. Menyiapkan perusahaan untuk memiliki ijin usaha.

6.2. Fasilitas pembinaan sentra OVOP meliputi :

1. Pemberian pendidikan dan pelatihan.
2. Pemberian bantuan sarana produksi.
3. Keikutsertaan dalam promosi dan pemasaran (pameran, website, katalog).

6.3. Tujuan pembinaan perusahaan/produsen produk OVOP adalah untuk :

1. Memperbaiki kualitas produk dan desain.
2. Memperbaiki manajemen produksi dan administrasi.
3. Meningkatkan kemampuan promosi dan pemasaran/ekspor.

6.4. Fasilitas pembinaan perusahaan produk OVOP mencakup :

1. Pemberian pendidikan dan pelatihan.
2. Pemberian bantuan sarana produksi.
3. Pendampingan tenaga ahli.
4. Keikutsertaan dalam promosi dan pemasaran (pameran, took/galeri OVOP, website, katalog, media cetak dan elektronik).

6.5. Pembagian tugas pembinaan produk OVOP.

6.5.1. Produk OVOP bintang 1 dan 2 pembina utamanya oleh daerah, dibantu pusat.

6.5.2. Produk OVOP bintang 3, 4 dan 5 pembina utamanya oleh pusat, dibantu daerah.

6.6. Kewajiban produsen produk OVOP mengikuti pelatihan.

Setiap perusahaan/ produsen produk OVOP harus mengikuti sekurang-kurangnya 1 (satu) kali pelatihan yang diselenggarakan oleh FKO pusat atau FKO provinsi, yang akan melengkapi para pengusaha/produsen dengan ilmu pengetahuan dan saran masukan yang dapat digunakannya untuk memperbaiki kemampuan dan ketrampilan bisnis.

VII. PENGHARGAAN OVOP

Penghargaan OVOP (OVOP Award) adalah bentuk pengakuan pemerintah yang tertinggi terhadap produk OVOP yang diproduksi oleh suatu perusahaan dan bermakna insentif yang membanggakan. Penghargaan ini diberikan kepada perusahaan/produsen produk OVOP dengan sertifikat bintang tiga, empat dan lima yang mengikuti seleksi penghargaan OVOP dan terpilih untuk menerima penghargaan.

Persyaratan, kriteria dan tata cara penilaian serta waktu penyelenggaraannya sebagai berikut :

- 7.1. Calon penerima penghargaan** adalah perusahaan/produsen produk OVOP yang telah memiliki sertifikat OVOP dengan klasifikasi minimum bintang tiga, sekurang-kurangnya 1 tahun.
- 7.2. Kriteria Penilaian** antara lain meliputi :
 1. Prestasi penjualan ekspor dan pasar dalam negeri.
 2. Peningkatan kapasitas produksi.
 3. Inovasi dan kreativitas pengembangan produk.
 4. Penambahan tenaga kerja.
 5. Dampak lingkungan.
 6. Kontribusi/partisipasi kepada masyarakat setempat.
- 7.3. Tata cara penilaian dan pemberian penghargaan** OVOP kepada perusahaan/produsen OVOP akan disusun secara terpisah dan setiap produk OVOP yang memenuhi kriteria tersebut diatas mempunyai kesempatan memperoleh penghargaan OVOP.

7.4. Waktu penilaian dan pemberian penghargaan sebagai berikut:

1. Periode seleksi dilaksanakan antara bulan Mei hingga Agustus.
2. Periode penilaian dan penetapan pada bulan September hingga Oktober.
3. Waktu pemberian penghargaan pada bulan November hingga Desember bertempat di Jakarta dan dilakukan sekali dalam dua tahun.

VIII. PROGRAM DAN KEGIATAN OVOP

Program Pengembangan IKM dengan pendekatan OVOP di sentra disusun sebagai acuan di tingkat pusat maupun di tingkat daerah dalam pelaksanaan seleksi dan pembinaan untuk meningkatkan kualitas dan produktifitas produk unggulan dan unik IKM dengan pendekatan OVOP.

Program pengembangan IKM dengan pendekatan OVOP di sentra meliputi :

- 8.1. Koordinasi dan sosialisasi program OVOP di provinsi.**
- 8.2. Identifikasi, seleksi sentra dan produk OVOP di provinsi/ kabupaten/ kota serta sertifikasi produk OVOP.**
- 8.3. Pembinaan dan pengembangan sentra OVOP dan produk OVOP** antara lain berupa :
 1. Pelatihan
 2. Pendampingan tenaga ahli
 3. Bantuan sarana usaha
 4. Promosi dan Pameran
 5. Fasilitasi HKI
 6. Fasilitasi Permodalan
- 8.4. Pemberian penghargaan OVOP**

IX. PENUTUP

Pengembangan IKM dengan pendekatan OVOP di sentra adalah dalam rangka meningkatkan efektifitas pembinaan secara terintegrasi dari para stake holder. Diharapkan gerakan ini secara cepat menumbuh-kembangkan berbagai potensi sumberdaya dan kearifan lokal daerah menjadi produk bernilai tambah tinggi, yang mampu bersaing dan mampu memasuki pasar global. Percepatan pengembangan IKM sangat penting untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, khususnya bagi para pelaku usaha IKM di Indonesia.

Buku petunjuk teknis ini adalah pedoman bagi semua pihak dalam melaksanakan program dan kegiatan yang terkait dengan pengembangan IKM dengan pendekatan OVOP di sentra di Indonesia.

KRITERIA UNTUK SELEKSI PRODUK SATU DAERAH SATU PRODUK (OVOP) INDONESIA

Kategori : **SENTRA**

1. Nama sentra : _____
2. Alamat lokasi sentra : _____
3. Nama komoditi / produk : _____
4. a. Nama perusahaan
 penghela (champion) : _____
- b. Jenis produk : _____
- c. Kapasitas produksi : _____
- d. Jumlah tenaga kerja : _____
5. a. Jumlah perusahaan /pengusaha
 perajin di sentra : _____
- b. Jumlah tenaga kerja : _____
6. Keunikan/kekhasan
 komoditi/produk : _____
7. Ketersediaan bahan
 baku utama lokal disekitarnya : _____ %

8. Pasar komoditi/produk saat ini : _____
9. INFRASTRUKTUR SENTRA
 - a. Akses jalan ke sentra : Jalan setapak / jalan kendaraan roda 4 / jalan raya.
 - b. Listrik : Tersedia/ belum tersedia.
 - c. Telekomunikasi : Terjangkau/ belum terjangkau
10. Kesesuaian lokasi sentra dalam
RUTR *) daerah : Sesuai/ belum sesuai/ belum ada RUTR.
11. Bentuk komitmen program dan fasilitas Pemerintah Daerah kepada IKM di Sentra. : Perbaikan sarana dan prasarana umum sentra/ pelatihan/ promosi dan pameran/ bantuan sarana usaha/ pengembangan kelembagaan masyarakat/
12. Permasalahan yang dihadapi sentra : _____
13. Kebutuhan sentra : _____
14. a. Nama organisasi masyarakat
di sentra : _____
- b. Nama pimpinan : _____
- c. Jumlah anggota : _____

15. a. Nama organisasi usaha

dalam sentra : _____

b. Nama pimpinan : _____

c. Jumlah anggota : _____

16. Kesiadaan pengusaha/ masyarakat

sebagai sentra OVOP : Bersedia / belum bersedia

17. Saran kepada FKO Pusat : _____

....., tanggal

Kepala Dinas Perindustrian

Provinsi

Nama :

NIP :

KRITERIA UNTUK SELEKSI PRODUK SATU DAERAH SATU PRODUK (OVOP) INDONESIA

Kategori : **PRODUK**

I. INFORMASI PRODUK

1. Kode produk : _____ (diisi oleh FKO Provinsi)
2. Nama Produk : _____
3. Merek : _____
4. Kategori : _____ (diisi oleh FKO Provinsi)

II. INFORMASI PERUSAHAAN

1. Nama Perusahaan : _____
2. Bidang Usaha : _____
3. NPWP : _____
4. Alamat/ Jalan : _____
5. Kecamatan : _____
6. Kabupaten : _____
7. Provinsi : _____
8. Telepon : _____

9. Faximile : _____
10. E-mail : _____
11. Website : _____

III. INFORMASI PENGUSAHA

1. Nama Pengusaha : _____
2. Tanggal Lahir : _____
3. No. KTP : _____
4. Alamat rumah : _____
5. Kecamatan : _____
6. Kabupaten/Kota : _____
7. Provinsi : _____
8. Kode Pos : _____
9. Telepon/ HP : _____
10. Fax : _____
11. E-mail : _____
12. Website : _____

IV. INFORMASI PERIJINAN USAHA (dilampirkan)

1. Nomor dan tanggal : _____
2. Bidang Usaha : _____
3. Nama Instansi penerbit ijin : _____

V. SERTIFIKAT (fotokopi dilampirkan):

1. SNI
2. Batikmark
3. Halal
4. HACCP
5. HAKI
6. P-IRT/ MD
7. Lainnya (terkait standar dan sistem mutu produk)

VI. INFORMASI PRODUKSI

1. Kapasitas produksi : _____ unit/bulan
2. Jumlah produksi : _____ unit/bulan
3. Masa produksi : _____ bulan/tahun

VII. INFORMASI PEMASARAN

1. Jumlah produk dipasarkan lokal : _____ unit/bulan
2. Jumlah produk dipasarkan di provinsi : _____ unit/bulan
3. Jumlah produk dipasarkan antar provinsi : _____ unit/bulan
4. Jumlah produk dipasarkan ekspor : _____ unit/bulan

Informasi diatas disampaikan dengan sebenar-benarnya.

....., tanggal bulan tahun

Pimpinan/ Penanggung jawab perusahaan,

(.....)

KRITERIA UNTUK SELEKSI PRODUK SATU DAERAH SATU PRODUK (OVOP) INDONESIA

Kategori : **MAKANAN RINGAN**

Nama Produk

ID Produk

Khusus untuk produk pangan, harus memenuhi persyaratan :

1. Memiliki izin industri/ TDI
2. Memiliki sertifikat SP/ PIRT/ MD
3. Mengajukan permohonan

A. ASPEK PRODUK, PENGEMBANGAN PRODUK DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT

Jumlah 30 Skor

I. UMUM

- | | |
|---|---------------|
| 1.1 Sumber Bahan Baku Utama | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Bahan baku lokal (Kab/Kota) kurang dari 60% | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Bahan baku lokal (Kab/Kota) 60% - 90% | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Bahan baku lokal (Kab/Kota) lebih dari 90% | 3 Skor |
| 1.2 Kapasitas Produksi | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak ada peningkatan kapasitas produksi | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Peningkatan kapasitas produksi kurang dari 30% | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Peningkatan kapasitas produksi lebih dari 30% | 3 Skor |

1.3	Nilai Tambah Produksi (nilai produksi – nilai bahan baku)	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Nilai tambah produksi kurang dari 20 %	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Nilai tambah produksi 20 - 60 %	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Nilai tambah produksi lebih dari 60 %	3 Skor
1.4	Lingkungan	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak memperhatikan dampak terhadap lingkungan	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Produksi berdampak terhadap lingkungan tetapi terkendali	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Produksi tidak berdampak terhadap lingkungan	3 Skor
1.5	Konsistensi kualitas dan kuantitas produk	5 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang hampir sama	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama	5 Skor
II.	PENGEMBANGAN PRODUK	
2.1	Pengembangan Produk	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Diproduksi sesuai aslinya (tidak ada pengembangan)	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Dikembangkan dari produk asli (diversifikasi)	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Merupakan hasil kreativitas dan inovasi produk	3 Skor
2.2	Merek	4 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak mempunyai merek	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai merek belum didaftarkan di HKI	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai merek dan sudah terdaftar di HKI	4 Skor

III. Bagian Pengembangan Masyarakat

- | | |
|---|---------------|
| 3.1 Peran dalam Kelompok | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak menjadi anggota kelompok | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Sebagai anggota Kelompok | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Sebagai Pengurus Kelompok | 3 Skor |
| 3.2 Partisipasi Masyarakat | 3 Skor |
| 3.2.1 Tenaga kerja sebagian dari masyarakat setempat | |
| 3.2.2 Memberikan sebagian keuntungan kepada masyarakat | |
| 3.2.3 Mendengarkan / menerima masukan dari Masyarakat | |
| <input type="checkbox"/> Berpartisipasi 1 faktor | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Berpartisipasi 2 faktor | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Berpartisipasi 3 faktor | 3 Skor |

Total Nilai Bagian A = _____ Skor

B. ASPEK MANAJEMEN, PEMASARAN DAN RIWAYAT PRODUK **Jumlah 30 Skor**

I. ASPEK MANAJEMEN

- | | |
|--|---------------|
| 1.1 Organisasi | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak ada struktur organisasi | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Ada struktur organisasi tanpa pembagian tugas yang jelas | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Ada struktur organisasi dengan pembagian tugas yang jelas | 3 Skor |

1.2	Pembukuan	3 Skor
	<input type="checkbox"/> Tidak ada pembukuan	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Pembukuan sederhana	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Pembukuan mengikuti sistem akuntansi	3 Skor
II.	Aspek Pemasaran	
2.1	Wilayah pemasaran	5 Skor
	<input type="checkbox"/> Wilayah Pemasaran utama di propinsi	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Wilayah Pemasaran utama antar propinsi	3 Skor
	<input type="checkbox"/> Wilayah Pemasaran utama Internasional	5 Skor
2.2	Peningkatan hasil penjualan produk, dibandingkan dengan tahun lalu	3 Skor
	<input type="checkbox"/> Kenaikan tidak lebih dari 25%	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Kenaikan 25 – 50%	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Kenaikan 51% atau lebih	3 Skor
2.3	Pelanggan	5 Skor
	<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan yang membeli tidak tetap	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan yang membeli secara tetap	3 Skor
	<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan yang membeli secara tetap dan meningkat	5 Skor
2.4	Cara Pemasaran	3 Skor
	2.4.1 Pemasaran dilakukan sendiri (konvensional)	
	2.4.2 Pemasaran menggunakan agen/distributor	
	2.4.3 Pemasaran menggunakan Online	
	<input type="checkbox"/> Melakukan 1 faktor	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Melakukan 2 faktor	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Melakukan 3 faktor	3 Skor

III. Aspek Riwayat Produk

- | | |
|--|---------------|
| 3.1 Legenda dari Produk | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk tetapi tidak ada dokumentasi | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk dan didokumentasikan | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk ada dokumentasi dan dipublikasikan | 3 Skor |
| 3.2 Kearifan Lokal | 5 Skor |
| <input type="checkbox"/> Berasal dari tempat lain dan tidak dikembangkan lebih lanjut | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Berasal dari tempat lain dan dikembangkan lebih lanjut | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Merupakan asli Kearifan lokal dan ada pengembangan kreatif lebih lanjut | 5 Skor |

Total Nilai Bagian B = _____ Skor

C. KUALITAS DAN KETENTUAN SPESIFIK PRODUK**Jumlah 40 Skor****I. KETENTUAN UMUM PRODUK**

- | | |
|---|---------------|
| 1.1 Penerapan GMP | 5 skor |
| <input type="checkbox"/> Sudah mengikuti pelatihan GMP tetapi belum menerapkan | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Sudah mengikuti pelatihan GMP dan menerapkan sebagian | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Sudah mengikuti pelatihan GMP dan menerapkan secara penuh | 5 Skor |
| 1.2 Kemasan dan label, (termasuk tingkat informatif label, bentuk kemasan, kesesuaian bahan kemasan dengan isi produk dsb) | 5 skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai kemasan dan label, masih sederhana | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai kemasan dan label menarik dan sudah sesuai ketentuan label | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai kemasan dan label yang menarik, sesuai ketentuan label dan Sudah tercantum info tentang nutrisi (nutrition fact) | 5 Skor |

1.3	Peralatan/Teknologi	4 Skor
	<input type="checkbox"/> Peralatan manual	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Peralatan semi otomatis	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Peralatan modern	4 Skor
1.4	Standar Produk	4 Skor
	<input type="checkbox"/> Tidak mempunyai standar	0 Skor
	<input type="checkbox"/> Mempunyai standar perusahaan	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Mempunyai standar perusahaan dan memenuhi SNI	3 Skor
	<input type="checkbox"/> Mempunyai standar perusahaan dan memenuhi Standar internasional	4 Skor
1.5	Sertifikasi Sistem Manajemen Mutu (HACCP; ISO 9000; 14.000; 22.000 dsb)	2 skor
	<input type="checkbox"/> Tidak ada	0 Skor
	<input type="checkbox"/> Ada	2 Skor

II. KETENTUAN SPESIFIK PRODUK

2.1.	Memenuhi standar Kesehatan	20 skor
	(Organoleptik, sifat Kimia, cemaran Mikrobiologis, cemaran bahan berbahaya lain) (diurai sesuai dengan spesifikasi/ parameter uji makanan ringan)	

MAKANAN RINGAN (20 Skor)

No	KRITERIA		SKOR
1	Organoleptik <ul style="list-style-type: none"> - Rasa : Tidak Normal = 0 Normal = 3 - Tekstur Tidak normal = 0 Normal = 2 - Kondisi Fisik : Sebagian besar hancur atau rusak =1 Sebagian besar baik=2 Sebagian besar utuh=3 - Aroma : Tidak normal = 0 Normal = 3 	Skor 3 Skor 3 Skor 3 Skor 2	11 Skor
2	Uji Mikrobiologi (Harus memenuhi ketentuan yang berlaku tentang cemaran mikroba) <ul style="list-style-type: none"> - Tidak memenuhi syarat = gagal - Memenuhi = 3 	Skor 3 Gagal 3	3 Skor
3	Uji Kimia Bahan Tambahan Pangan : <ul style="list-style-type: none"> - Pewarna - Pengawet - Pemanis (harus memenuhi ketentuan yang berlaku tentang BTP) <ul style="list-style-type: none"> - Tidak memenuhi syarat (gagal) - Memenuhi (3) 	Skor 3 Gagal 3	3 Skor

4	Uji Cemarkan Logam (Harus memenuhi ketentuan yang berlaku tentang cemarkan logam) - Tidak memenuhi (gagal) - Memenuhi (3)	Skor 3 Gagal 3	3 Skor
---	--	--------------------------	---------------

Total Nilai Bagian C = _____ **Skor**

Hasil Pertimbangan

Total Nilai (Bagian A+B+C) = _____ **Skor**

Ringkasan Komentar komite pada produk secara keseluruhan

.....

.....

Tanda tangan Presiden/Sekretaris

(.....) Komite Seleksi Tingkat Nasional

Posisi

Tanggal Bulan Tahun

KRITERIA UNTUK SELEKSI PRODUK SATU DAERAH SATU PRODUK (OVOP) INDONESIA

Kategori : **MINUMAN SARI BUAH & SIRUP BUAH**

Nama Produk

ID Produk

Khusus untuk produk pangan, harus memenuhi persyaratan :

1. Memiliki izin industri/ TDI
2. Memiliki sertifikat SP/ PIRT/ MD
3. Mengajukan permohonan

A. ASPEK PRODUK, PENGEMBANGAN PRODUK DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT

Jumlah 30 Skor

I. UMUM

- | | |
|---|---------------|
| 1.1 Sumber Bahan Baku Utama | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Bahan baku lokal (Kab/Kota) kurang dari 60% | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Bahan baku lokal (Kab/Kota) 60% - 90% | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Bahan baku lokal (Kab/Kota) lebih dari 90% | 3 Skor |
| 1.2 Kapasitas Produksi | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak ada peningkatan kapasitas produksi | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Peningkatan kapasitas produksi kurang dari 30% | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Peningkatan kapasitas produksi lebih dari 30% | 3 Skor |

1.3	Nilai Tambah Produksi (nilai produksi – nilai bahan baku)	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Nilai tambah produksi kurang dari 20 %	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Nilai tambah produksi 20 - 60 %	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Nilai tambah produksi lebih dari 60 %	3 Skor
1.4	Lingkungan	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak memperhatikan dampak terhadap lingkungan	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Produksi berdampak terhadap lingkungan tetapi terkendali	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Produksi tidak berdampak terhadap lingkungan	3 Skor
1.5	Konsistensi kualitas dan kuantitas produk	5 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang hampir sama	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama	5 Skor
II.	PENGEMBANGAN PRODUK	
2.1	Pengembangan Produk	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Diproduksi sesuai aslinya (tidak ada pengembangan)	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Dikembangkan dari produk asli (diversifikasi)	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Merupakan hasil kreativitas dan inovasi produk	3 Skor
2.2	Merek	4 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak mempunyai merek	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai merek belum didaftarkan di HKI	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai merek dan sudah terdaftar di HKI	4 Skor

III. Bagian Pengembangan Masyarakat

- | | |
|---|---------------|
| 3.1 Peran dalam Kelompok | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak menjadi anggota kelompok | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Sebagai anggota Kelompok | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Sebagai Pengurus Kelompok | 3 Skor |
| 3.2 Partisipasi Masyarakat | 3 Skor |
| 3.2.1 Tenaga kerja sebagian dari masyarakat setempat | |
| 3.2.2 Memberikan sebagian keuntungan kepada masyarakat | |
| 3.2.3 Mendengarkan / menerima masukan dari Masyarakat | |
| <input type="checkbox"/> Berpartisipasi 1 faktor | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Berpartisipasi 2 faktor | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Berpartisipasi 3 faktor | 3 Skor |

Total Nilai Bagian A = _____ Skor

B. ASPEK MANAJEMEN, PEMASARAN DAN RIWAYAT PRODUK Jumlah 30 Skor**I. ASPEK MANAJEMEN**

- | | |
|--|---------------|
| 1.1 Organisasi | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak ada struktur organisasi | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Ada struktur organisasi tanpa pembagian tugas yang jelas | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Ada struktur organisasi dengan pembagian tugas yang jelas | 3 Skor |

1.2	Pembukuan	3 Skor
	<input type="checkbox"/> Tidak ada pembukuan	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Pembukuan sederhana	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Pembukuan mengikuti sistem akuntansi	3 Skor
II.	Aspek Pemasaran	
2.1	Wilayah pemasaran	5 Skor
	<input type="checkbox"/> Wilayah Pemasaran utama di propinsi	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Wilayah Pemasaran utama antar propinsi	3 Skor
	<input type="checkbox"/> Wilayah Pemasaran utama Internasional	5 Skor
2.2	Peningkatan hasil penjualan produk, dibandingkan dengan tahun lalu	3 Skor
	<input type="checkbox"/> Kenaikan tidak lebih dari 25%	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Kenaikan 25 – 50%	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Kenaikan 51% atau lebih	3 Skor
2.3	Pelanggan	5 Skor
	<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan yang membeli tidak tetap	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan yang membeli secara tetap	3 Skor
	<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan yang membeli secara tetap dan meningkat	5 Skor
2.4	Cara Pemasaran	3 Skor
	2.4.1 Pemasaran dilakukan sendiri (konvensional)	
	2.4.2 Pemasaran menggunakan agen/distributor	
	2.4.3 Pemasaran menggunakan Online	
	<input type="checkbox"/> Melakukan 1 faktor	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Melakukan 2 faktor	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Melakukan 3 faktor	3 Skor

III. Aspek Riwayat Produk

- | | |
|--|---------------|
| 3.1 Legenda dari Produk | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk tetapi tidak ada dokumentasi | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk dan didokumentasikan | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk ada dokumentasi dan dipublikasikan | 3 Skor |
| 3.2 Kearifan Lokal | 5 Skor |
| <input type="checkbox"/> Berasal dari tempat lain dan tidak dikembangkan lebih lanjut | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Berasal dari tempat lain dan dikembangkan lebih lanjut | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Merupakan asli Kearifan lokal dan ada pengembangan kreatif lebih lanjut | 5 Skor |

Total Nilai Bagian B = _____ Skor

C. KUALITAS DAN KETENTUAN SPESIFIK PRODUK**Jumlah 40 Skor****I. KETENTUAN UMUM PRODUK**

- | | |
|---|---------------|
| 1.1 Penerapan GMP | 5 skor |
| <input type="checkbox"/> Sudah mengikuti pelatihan GMP tetapi belum menerapkan | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Sudah mengikuti pelatihan GMP dan menerapkan sebagian | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Sudah mengikuti pelatihan GMP dan menerapkan secara penuh | 5 Skor |
| 1.2 Kemasan dan label, (termasuk tingkat informatif label, bentuk kemasan, kesesuaian bahan kemasan dengan isi produk dsb) | 5 skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai kemasan dan label, masih sederhana | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai kemasan dan label menarik dan sudah sesuai ketentuan label | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai kemasan dan label yang menarik, sesuai ketentuan label dan Sudah tercantum info tentang nutrisi (nutrition fact) | 5 Skor |

1.3	Peralatan/Teknologi	4 Skor
	<input type="checkbox"/> Peralatan manual	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Peralatan semi otomatis	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Peralatan modern	4 Skor
1.4	Standar Produk	4 Skor
	<input type="checkbox"/> Tidak mempunyai standar	0 Skor
	<input type="checkbox"/> Mempunyai standar perusahaan	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Mempunyai standar perusahaan dan memenuhi SNI	3 Skor
	<input type="checkbox"/> Mempunyai standar perusahaan dan memenuhi Standar internasional	4 Skor
1.5	Sertifikasi Sistem Manajemen Mutu	
	(HACCP; ISO 9000; 14.000; 22.000 dsb)	2 skor
	<input type="checkbox"/> Tidak ada	0 Skor
	<input type="checkbox"/> Ada	2 Skor

II. KETENTUAN SPESIFIK PRODUK

2.1.	Memenuhi standar Kesehatan	20 Skor
	(Organoleptik, sifat Kimia, cemaran Mikrobiologis, cemaran bahan berbahaya lain) (diurai sesuai dengan spesifikasi/ parameter uji produk minuman sari buah dan sirup buah)	
2.2	MINUMAN SARI BUAH DAN SIRUP BUAH	20 Skor
1.	Air Bahan Baku untuk minuman sari buah dan sirup buah harus memenuhi persyaratan sebagai Air Minum : Lulus /Tidak lulus Apabila tidak lulus, maka tidak dapat diikutkan dalam penilaian (gagal)	
2.	Harus ada kandungan buah asli.	

No	KRITERIA	MINUMAN
1	Organoleptik <ul style="list-style-type: none"> - Rasa sesuai jenis buah : Tidak Normal = 0 Normal = 3 - Kondisi Fisik (kekeruhan, warna, kekentalan) : Tidak normal = 0 Normal = 3 - Aroma sesuai jenis buah : Tidak normal = 0 Normal = 3 	Skor 4 Skor 3 Skor 3
2	Uji Mikrobiologi (Harus memenuhi ketentuan yang berlaku tentang cemaran mikroba) <ul style="list-style-type: none"> - Tidak memenuhi syarat = gagal - Memenuhi = 3 	Skor 3 Gagal 3
3	Uji Kimia Bahan Tambahan Pangan : <ul style="list-style-type: none"> - Pewarna - Pengawet - Pemanis (harus memenuhi ketentuan yang berlaku tentang BTP) <ul style="list-style-type: none"> - Tidak memenuhi syarat (gagal) - Memenuhi (3) 	Skor 3 Gagal 3
4	Uji Cemaran Logam (Harus memenuhi ketentuan yang berlaku tentang cemaran logam) <ul style="list-style-type: none"> - Tidak memenuhi (gagal) - Memenuhi (3) 	Skor 3 Gagal 3

Total Nilai Bagian C = _____ **Skor**

Hasil Pertimbangan

Total Nilai (Bagian A+B+C) = _____ **Skor**

Ringkasan Komentar komite pada produk secara keseluruhan

.....

.....

Tanda tangan Presiden/Sekretaris

(.....) Komite Seleksi Tingkat Nasional

Posisi

Tanggal Bulan Tahun

KRITERIA UNTUK SELEKSI PRODUK SATU DAERAH SATU PRODUK (OVOP) INDONESIA

Kategori : **BATIK**

Nama Produk

ID Produk

A. ASPEK PRODUKSI, PENGEMBANGAN PRODUK DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT

Jumlah 41 Skor

Isu ke-1 : Aspek Produksi

13 Skor

A.1.1. Sumber Bahan Baku Utama

4 Skor

- | | |
|---|--------|
| <input type="checkbox"/> Bahan baku utama: kain impor | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Bahan baku utama: kain dalam negeri | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Bahan baku utama: kain lokal (kabupaten/ kota) | 4 Skor |

A.1.2. Kapasitas Produksi (3 Tahun Terakhir)

3 Skor

- | | |
|---|--------|
| <input type="checkbox"/> Tidak ada peningkatan kapasitas produksi | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Peningkatan kapasitas produksi kurang dari 50% | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Peningkatan kapasitas produksi 50% atau lebih | 3 Skor |

A.1.3. Nilai Tambah Produksi (3 Tahun Terakhir)

3 Skor

- | | |
|---|--------|
| <input type="checkbox"/> Nilai tambah produksi kurang dari 40 % | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Nilai tambah produksi 40 - 80 % | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Nilai tambah produksi lebih dari 80 % | 3 Skor |

A.1.4. Pengendalian Lingkungan	3 Skor
<input type="checkbox"/> Produksi tidak memperhatikan dampak lingkungan	1 Skor
<input type="checkbox"/> Produksi berdampak terhadap lingkungan, ada pengendalian	2 Skor
<input type="checkbox"/> Produksi tidak berdampak terhadap lingkungan	3 Skor
Isu ke-2 : Aspek Pengembangan Produk	16 Skor
A.2.1. Pengembangan Model/ Desain Produk 1 (satu) Tahun Terakhir	3 Skor
<input type="checkbox"/> Dikembangkan dari produk produsen lain	1 Skor
<input type="checkbox"/> Dikembangkan dari konsep kelompok	2 Skor
<input type="checkbox"/> Dikembangkan berdasarkan peluang pasar	3 Skor
A.2.2. Inovasi dan Kreativitas Produk	3 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak ada inovasi dan kreativitas	1 Skor
<input type="checkbox"/> Ada inovasi dan kreativitas	2 Skor
<input type="checkbox"/> Ada inovasi, kreativitas, dan diversifikasi	3 Skor
A.2.3. Proses Pembuatan Motif	3 Skor
<input type="checkbox"/> cap	1 Skor
<input type="checkbox"/> kombinasi (cap+ tulis)	2 Skor
<input type="checkbox"/> tulis	3 Skor
A.2.4. Penggunaan Zat Pewarna Kain	4 Skor
<input type="checkbox"/> Menggunakan zat pewarna sintetis	1 Skor
<input type="checkbox"/> Menggunakan kombinasi zat pewarna sintetis dan alam	2 Skor
<input type="checkbox"/> Menggunakan zat pewarna alam + bahan pembantu kimia sintetis	3 Skor
<input type="checkbox"/> Menggunakan zat pewarna alam murni, tanpa bahan pembantu kimia sintetis	4 Skor

A.2.5. Kemasan	3 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak menggunakan kemasan	1 Skor
<input type="checkbox"/> Menggunakan kemasan, tapi tidak berlabel	2 Skor
<input type="checkbox"/> Menggunakan kemasan dan berlabel	3 Skor

Isu ke-3: Aspek Pengembangan Masyarakat 12 Skor

A.3.1. Keberadaan Perusahaan di Sentra 3 Skor

- | | |
|--|--------|
| <input type="checkbox"/> Kurang dari 3 tahun | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> 3 – 5 tahun | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> 5 tahun atau lebih | 3 Skor |

A.3.2. Peran Perusahaan dalam Kelompok 3 Skor

- | | |
|---|--------|
| <input type="checkbox"/> Tidak menjadi anggota kelompok | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Sebagai anggota kelompok | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Sebagai pengurus | 3 Skor |

A.3.3. Partisipasi Perusahaan dalam Masyarakat 6 Skor

- | | |
|--|--------|
| 3.2.1 Tenaga kerja sebagian dari masyarakat setempat | |
| 3.2.2 Memberikan sebagian keuntungan untuk masyarakat setempat | |
| 3.2.3 Mendengarkan/ menerima masukan dari masyarakat | |
| <input type="checkbox"/> Berpartisipasi 1 faktor | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Berpartisipasi 2 faktor | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Berpartisipasi 3 faktor | 3 Skor |

A.3.4. Pembukuan 3 Skor

- | | |
|--------------------------------------|--------|
| Tidak ada pembukuan | 1 Skor |
| Pembukuan sederhana | 2 Skor |
| Pembukuan mengikuti sistem akuntansi | 3 Skor |

Total Nilai Bagian A = _____ Skor

B. ASPEK PEMASARAN DAN RIWAYAT PRODUK**Jumlah 18 Skor****Isu ke-1 : Aspek Pemasaran****12 Skor****B.1.1 Tujuan Pasar****3 Skor**

- ☐ Pasar lokal 1 Skor
- ☐ Pasar lokal dan Nasional. 2 Skor
- ☐ Pasar lokal, nasional dan internasional 3 Skor

B.1.2 Peningkatan Omzet Penjualan (dibandingkan tahun lalu)**3 Skor**

- ☐ Kenaikan tidak lebih dari 25% 1 Skor
- ☐ Kenaikan 25 – 50% 2 Skor
- ☐ Kenaikan 51% atau lebih 3 Skor

B.1.3 Pelanggan**3 Skor**

- ☐ Mempunyai pelanggan tidak tetap 1 Skor
- ☐ Mempunyai pelanggan tetap, tetapi pembelian tidak tetap 2 Skor
- ☐ Mempunyai pelanggan tetap dan baru, pembelian meningkat 3 Skor

B.1.4 Upaya Peningkatan Pemasaran**3 Skor**

- ☐ Tidak ada promosi 1 Skor
- ☐ Ada promosi, hanya sewaktu-waktu 2 Skor
- ☐ Ada promosi secara tetap 3 Skor

Isu ke-2: Aspek Riwayat Produk**6 Skor****B.2.1 Riwayat Produk****3 Skor**

- ☐ Mempunyai riwayat produk, tetapi tidak terdokumentasi 1 Skor
- ☐ Mempunyai riwayat produk dan terdokumentasi 2 Skor
- ☐ Mempunyai riwayat produk, terdokumentasi, dan dipublikasikan 3 Skor

B.2.2 Kearifan Lokal 3 Skor

- ☐ Teknik produksi maupun motif tidak asli dari daerah yang bersangkutan 0 Skor
- ☐ Teknik produksi dari daerah bersangkutan, motif dari daerah lain 2 Skor
- ☐ Teknik produksi dari daerah lain, motif dikembangkan dari daerah yang bersangkutan, 2 Skor
- ☐ Teknik produksi dan motif yang dikembangkan asli daerah yang bersangkutan 3 Skor

Total Nilai Bagian B = _____ Skor

C. Aspek Jenis Produk, Kualitas dan Peluang Pasar Jumlah 41 Skor**Isu Ke- 1 : Aspek Jenis Produk 12 Skor****C.1.1. Karakteristik kearifan lokal dan fungsi guna dari produk (beri tanda X pada kriteria yang terpenuhi) 6 Skor**

- ☐ Produk merupakan hasil kearifan lokal 3 Skor
- ☐ Produk memiliki fungsi guna yang tinggi 3 Skor
- ☐ Produk merupakan hasil kearifan lokal dan memiliki fungsi guna yang tinggi 6 Skor

C.1.2. Kreativitas penciptaan produk baru sesuai dengan selera pasar 3 Skor

- ☐ Jumlah motif/ desain yang diproduksi kurang dari 5 motif pertahun 1 Skor
- ☐ Jumlah motif/ desain yang diproduksi lebih dari 5 - 10 motif pertahun 2 Skor
- ☐ Jumlah motif/ desain yang diproduksi lebih dari 10 motif pertahun 3 Skor

C.1.3. Standar yang diterapkan : 3 Skor

- ☐ Belum menerapkan standar 0 Skor
- ☐ Menerapkan standar perusahaan 1 Skor
- ☐ Menerapkan SNI tetapi belum menerapkan Batikmark 2 Skor
- ☐ Menerapkan Batikmark 3 Skor

Isu Ke-2 : Aspek Kualitas (*Dipilih sesuai dengan Jenis Kategori Produk*) **24 skor****C.2.1. Aspek Kualitas Produk** **10 Skor**

- ☐ Warna tidak luntur 5 Skor
- ☐ Struktur dan motif konsisten tanpa cacat dan noda 3 Skor
- ☐ Pinggir rapi dan rata 2 Skor

C.2.2. Aspek Kualitas Produk (Motif) **14 skor**

- ☐ Tampilan motif serasi secara keseluruhan 4 Skor
- ☐ Goresan canting atau cap batik tampak halus dan rapi 6 Skor
- ☐ Goresan canting pada dua sisi kain (*diterusi*) 4 Skor

Isu ke-3: Peluang Pasar Ditinjau dari Kualitas Produk **5 Skor**

- ☐ Untuk pasar lokal (kecamatan, kabupaten) 1 Skor
- ☐ Untuk pasar nasional (provinsi, antarprovinsi) 3 Skor
- ☐ Untuk pasar ekspor 5 Skor

Total Nilai Bagian C = _____ Skor

Hasil Pertimbangan

Total Nilai (Bagian A+B+C) = _____ Skor

Ringkasan Komentar komite pada produk secara keseluruhan

.....

Tanda tangan Presiden/Sekretaris

(.....) Komite Seleksi Tingkat Nasional

Posisi

Tanggal Bulan Tahun



KRITERIA UNTUK SELEKSI PRODUK SATU DAERAH SATU PRODUK (OVOP) INDONESIA

Kategori : **TENUN**

Nama Produk

ID Produk

A. ASPEK PRODUKSI, PENGEMBANGAN PRODUK DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT

Jumlah 36 Skor

I. Aspek Produksi	12 skor
1. Sumber Bahan Baku Utama	3 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku utama impor	1 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku utama dalam negeri	2 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku utama lokal (kabupaten/ kota)	3 Skor
2. Kapasitas Produksi (1 Tahun Terakhir)	3 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak ada peningkatan kapasitas produksi	1 Skor
<input type="checkbox"/> Peningkatan kapasitas produksi kurang dari 30%	2 Skor
<input type="checkbox"/> Peningkatan kapasitas produksi 30% atau lebih	3 Skor
3. Nilai Tambah Produksi	3 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tam bah produksi kurang dari 20 %	1 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produksi 20 - 60 %	2 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produksi lebih dari 60 %	3 Skor

- | | |
|---|---------------|
| 4. Pengendalian Lingkungan | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Produksi tidak memperhatikan dampak lingkungan | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Produksi berdampak terhadap lingkungan, ada pengendalian | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Produksi tidak berdampak terhadap lingkungan | 3 Skor |

II. Aspek Pengembangan Produk 12 skor

- | | |
|--|---------------|
| 1. Pengembangan Model/ Desain Produk 1 (satu) Tahun Terakhir | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Dikembangkan dari produk produsen lain | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Dikembangkan dari konsep kelompok | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Dikembangkan berdasarkan peluang pasar | 3 Skor |
| 2. Inovasi dan Kreativitas Produk | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak ada inovasi dan kreativitas | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Ada inovasi dan kreativitas | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Ada inovasi, kreativitas, dan diversifikasi | 3 Skor |
| 3. Penggunaan Teknologi | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Teknologi sederhana/ tradisional | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Teknologi semi masinal | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Teknologi modern | 3 Skor |
| 4. Kemasan | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak menggunakan kemasan | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Menggunakan kemasan, tapi tidak berlabel | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Menggunakan kemasan dan berlabel | 3 Skor |

III. Aspek Pengembangan Masyarakat**12 skor****1. Keberadaan Perusahaan di Sentra****3 Skor**

- ☐ Kurang dari 3 tahun
- ☐ 3 – 5 tahun
- ☐ 5 tahun atau lebih

1 Skor

2 Skor

3 Skor

2. Peran dalam Kelompok**3 Skor**

- ☐ Tidak menjadi anggota kelompok
- ☐ Sebagai anggota kelompok
- ☐ Sebagai pengurus

1 Skor

2 Skor

3 Skor

3. Partisipasi dengan Masyarakat**3 Skor**

- a. Tenaga kerja sebagian dari masyarakat setempat
- b. Memberikan sebagian keuntungan untuk masyarakat setempat
- c. Mendengarkan/ menerima masukan dari masyarakat
- ☐ Berpartisipasi 1 faktor
- ☐ Berpartisipasi 2 faktor
- ☐ Berpartisipasi 3 faktor

1 Skor

2 Skor

3 Skor

4. Pembukuan**3 Skor**

- ☐ Tidak ada pembukuan
- ☐ Pembukuan sederhana
- ☐ Pembukuan mengikuti sistem akuntansi

1 Skor

2 Skor

3 Skor

Total Nilai Bagian A = _____ Skor

B. Aspek Pemasaran dan Riwayat Produk**18 Skor****Isu ke-1 : Aspek Pemasaran****12 Skor****4.1 Tujuan Pasar****3 Skor**☐ Pasar lokal

1 Skor

☐ Pasar lokal dan Nasional.

2 Skor

☐ Pasar lokal, nasional dan internasional

3 Skor

4.2 Peningkatan Omzet Penjualan (dibandingkan tahun lalu)**3 Skor**☐ Kenaikan tidak lebih dari 25%

1 Skor

☐ Kenaikan 25 – 50%

2 Skor

☐ Kenaikan 51% atau lebih

3 Skor

4.3 Pelanggan**3 Skor**☐ Mempunyai pelanggan tidak tetap

1 Skor

☐ Mempunyai pelanggan tetap, tetapi pembelian tidak tetap

2 Skor

☐ Mempunyai pelanggan tetap dan baru, pembelian meningkat

3 Skor

4.4 Upaya Peningkatan Pemasaran**3 Skor**☐ Tidak ada promosi

1 Skor

☐ Ada promosi, hanya sewaktu-waktu

2 Skor

☐ Ada promosi secara tetap

3 Skor

Isu ke-2: Aspek Riwayat Produk**6 Skor****5.1 Riwayat Produk****3 Skor**☐ Mempunyai riwayat produk, tetapi tidak terdokumentasi

1 Skor

☐ Mempunyai riwayat produk dan terdokumentasi

2 Skor

☐ Mempunyai riwayat produk, terdokumentasi, dan dipublikasikan

3 Skor

5.2 Kearifan Lokal 3 Skor

- ☐ Teknik produksi maupun motif tidak asli dari daerah yang bersangkutan 0 Skor
- ☐ Teknik produksi dari daerah bersangkutan, motif dari daerah lain 2 Skor
- ☐ Teknik produksi dari daerah lain, motif dikembangkan dari daerah yang bersangkutan, 2 Skor
- ☐ Teknik produksi dan motif yang dikembangkan asli daerah yang bersangkutan 3 Skor

Total Nilai Bagian B = _____ Skor

C. Pedoman Pertimbangan pada Jenis dan Kualitas Produk Jumlah 46 Skor**Isu Ke- 1 : Aspek Jenis Produk (*Pilih hanya 1 kasus untuk menilai*) 20 Skor**

1.1. Apabila produk sebagai kearifan lokal, unik, disertai karakteristik produk unggulan daerah yang memenuhi selera pasar.

- ☐ Keunikan produk sebagai kearifan lokal 5 Skor
- ☐ Bentuk (model/desain), warna, motif memenuhi kebutuhan pasaran 5 Skor
- ☐ Ukuran dan proporsi sesuai dengan kegunaan 5 Skor
- ☐ Standar yang diterapkan : 5 Skor
 - ☐ Belum menerapkan standar 1 Skor
 - ☐ Menerapkan standar perusahaan/ permintaan pasar 1 Skor
 - ☐ Menerapkan SNI 1 Skor
 - ☐ Menerapkan standar internasional 2 Skor

1.2. Apabila produk merupakan Kreatifitas dalam penciptaan produk baru sesuai dengan selera pasar

- | | |
|--|--------|
| <input type="checkbox"/> Produk dapat memperluas pangsa pasar | 5 Skor |
| <input type="checkbox"/> Bentuk (model/desain), warna, motif sesuai dengan selera pasar | 5 Skor |
| <input type="checkbox"/> Ukuran dan proporsi sesuai dengan kegunaan | 5 Skor |
| <input type="checkbox"/> Standar yang diterapkan : | 5 Skor |
| <input type="checkbox"/> Belum menerapkan standar | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Menerapkan standar perusahaan/ permintaan pasar | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Menerapkan SNI | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Menerapkan standar internasional | 2 Skor |

Isu Ke-2 : Aspek Kualitas

26 Skor

2.1 Aspek Kualitas Produk

14 Skor

- | | |
|--|--------|
| <input type="checkbox"/> Warna tidak luntur | 6 Skor |
| <input type="checkbox"/> Struktur/konstruksi, motif konsisten tanpa cacat dan noda | 4 Skor |
| <input type="checkbox"/> Pinggir kain halus | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Ada keunikan mengikuti karakteristik dari produk | 2 Skor |

2.2 Aspek Peluang Pasar ditinjau dari Kualitas Produk

12 skor

- | | |
|--|--------|
| <input type="checkbox"/> Untuk pasar lokal | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Untuk pasar nasional (siap masuk pasar modern, barcode) | 4 Skor |
| <input type="checkbox"/> Untuk pasar ekspor | 6 Skor |

Total Nilai Bagian C = _____ Skor

Hasil Pertimbangan

Total Nilai (Bagian A+B+C) = _____ Skor

Ringkasan Komentar komite pada produk secara keseluruhan

.....

Tanda tangan Presiden/Sekretaris

(.....) Komite Seleksi Tingkat Nasional

Posisi

Tanggal Bulan Tahun

KRITERIA UNTUK SELEKSI PRODUK SATU DAERAH SATU PRODUK (OVOP) INDONESIA

Kategori : **ANYAMAN**

Nama Produk

ID Produk

A. ASPEK PRODUKSI, PENGEMBANGAN PRODUK DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT

Jumlah 30 Skor

I. Aspek Produksi

15 skor

1. Sumber Bahan Baku Utama

3 Skor

- | | |
|---|--------|
| <input type="checkbox"/> Bahan baku utama lokal (kabupaten/ kota) kurang dari 80% | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Bahan baku utama lokal (kabupaten/ kota) 80% atau lebih | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Semua bahan baku utama lokal (kabupaten/ kota) | 3 Skor |

2. Jaminan Ketersediaan Bahan Baku Utama

3 Skor

- | | |
|---|--------|
| <input type="checkbox"/> Jaminan ketersediaan bahan baku utama untuk 1 tahun | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Jaminan ketersediaan bahan baku utama 1 - 3 tahun | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Jaminan ketersediaan bahan baku utama lebih dari 3 tahun | 3 Skor |

3. Nilai Tambah Produksi

3 Skor

- | | |
|---|--------|
| <input type="checkbox"/> Nilai tambah produksi kurang dari 20 % | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Nilai tambah produksi 20 - 60 % | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Nilai tambah produksi lebih dari 60 % | 3 Skor |

- | | |
|---|---------------|
| 4. Pengendalian Lingkungan | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak memperhatikan dampak lingkungan | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Produksi berdampak terhadap lingkungan tetapi ada pengendalian | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Produksi tidak berdampak terhadap lingkungan | 3 Skor |
| 5. Potensi Produk Dapat Diproduksi secara Massal | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang hampir sama | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama | 3 Skor |

II. Aspek Pengembangan Produk **6 Skor**

- | | |
|---|---------------|
| 1. Pengembangan Produk & Desain | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Dikembangkan dari produsen lain/ meniru | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Dikembangkan sesuai permintaan pelanggan/ pasar | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Dikembangkan oleh kelompok/ sendiri | 3 Skor |
| 2. Pengembangan Kemasan | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Ada kemasan, masih konvensional | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Ada pengembangan tetapi belum optimal | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Dikembangkan terus menerus dan konsisten sesuai dengan kaidah 'kemasan' (menuju standar komersial) | 3 Skor |

III. Aspek Pengembangan Masyarakat **9 Skor**

- | | |
|--|---------------|
| 1. Keberadaan Perusahaan di Sentra | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Kurang dari 3 tahun | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> 3 – 5 tahun | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> 5 tahun atau lebih | 3 Skor |

- | | |
|---|---------------|
| 2. Peran dalam Kelompok | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak menjadi anggota kelompok | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Sebagai anggota kelompok | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Sebagai pengurus kelompok | 3 Skor |
| 3. Partisipasi dengan Masyarakat | 3 Skor |
| a. Tenaga kerja sebagian dari masyarakat setempat | |
| b. Memberikan sebagian keuntungan untuk masyarakat setempat | |
| c. Mendengarkan/ menerima masukan dari masyarakat | |
| <input type="checkbox"/> Berpartisipasi 1 faktor | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Berpartisipasi 2 faktor | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Berpartisipasi 3 faktor | 3 Skor |

Total Nilai Bagian A = _____ Skor

B. ASPEK MANAJEMEN, PEMASARAN DAN RIWAYAT HIDUP **24 skor**

I. Manajemen **6 Skor**

- | | |
|--|---------------|
| 1. Organisasi | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak ada struktur organisasi | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Ada struktur organisasi tanpa pembagian tugas yang jelas | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Ada struktur organisasi dengan pembagian tugas yang jelas | 3 Skor |
| 2. Pembukuan | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak ada pembukuan | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Pembukuan sederhana | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Pembukuan mengikuti sistem akuntansi | 3 Skor |

II. Pemasaran**12 Skor****1. Tujuan Pasar****3 Skor**

- ☐ Pasar lokal
- ☐ Pasar lokal dan nasional
- ☐ Pasar lokal, nasional dan internasional

1 Skor

2 Skor

3 Skor

2. Peningkatan Omzet Penjualan (3 Tahun Terakhir)**3 Skor**

- ☐ Kenaikan tidak lebih dari 25%
- ☐ Kenaikan 25 – 50%
- ☐ Kenaikan 51% atau lebih

1 Skor

2 Skor

3 Skor

3. Pelanggan**3 Skor**

- ☐ Mempunyai pelanggan tidak tetap
- ☐ Mempunyai pelanggan tetap, tetapi pembelian tidak tetap
- ☐ Mempunyai pelanggan tetap dan baru, pembelian meningkat

1 Skor

2 Skor

3 Skor

4. Identitas/ Logo Perusahaan**3 Skor**

- ☐ Produk belum ada identitas/ logo perusahaan
- ☐ Produk sudah menggunakan identitas perusahaan, tetapi belum konsisten dan didaftarkan HKI
- ☐ Seluruh produk telah menggunakan identitas perusahaan secara baik dan konsisten sudah didaftarkan di HKI, dilindungi, dan dikenal secara luas

1 Skor

2 Skor

3 Skor

III. Riwayat Produk**6 Skor****I. Riwayat Produk****3 Skor**

- ☐ Mempunyai riwayat produk, tetapi tidak terdokumentasi
- ☐ Mempunyai riwayat produk dan terdokumentasi
- ☐ Mempunyai riwayat produk, terdokumentasi, dan dipublikasikan

1 Skor

2 Skor

3 Skor

II. Kearifan Lokal**3 Skor**

- | | |
|---|--------|
| <input type="checkbox"/> Reproduksi dari daerah lain | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Reproduksi dari daerah lain dan dikembangkan | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Asli kearifan lokal dan dikembangkan | 3 Skor |

Total Nilai Bagian B = _____ Skor

C. ASPEK KUALITAS, PENAMPILAN DAN PELUANG PASAR**46 skor****I. Kualitas Produk****35 Skor****1. Ketelitian Proses Produksi****10 Skor**

- | | |
|--|---------|
| <input type="checkbox"/> Pembuatan produk tidak teliti dan tidak rapih | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Pembuatan produk teliti dan cukup rapih | 5 Skor |
| <input type="checkbox"/> Pembuatan produk teliti dan rapih | 10 Skor |

2. Tampilan Produk**8 Skor**

(Pilih hanya A atau B untuk menilai)

- A. Apabila penilaian untuk produk budaya : desain produk dan karakteristik mencerminkan keunggulan budaya Indonesia, baik desain, warna, motif, tekstur, keindahan, ukuran yang sesuai dan mudah penggunaannya serta serasi dengan komponennya.
- B. Apabila penilaian untuk produk kreatif : ada desain, warna, motif, keindahan, modern sesuai dengan kebutuhan pasar, ada ukuran yang sesuai dan mudah penggunaannya serta serasi dengan komponennya.

Penilaian :

- | | |
|---|---------------|
| <input type="checkbox"/> Desain produk, karakteristik dan komponennya sederhana, masih perlu diperbaiki secara keseluruhan | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Desain produk, karakteristik dan komponennya cukup baik, dan masih perlu diperbaiki di beberapa bagian | 4 Skor |
| <input type="checkbox"/> Desain produk dan karakteristik sudah benar dan lengkap, sangat serasi komponennya secara keseluruhan | 8 Skor |
| 3. Spesifikasi Produk Sesuai dengan Fungsi dan Aman Penggunaannya | 5 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak memenuhi syarat sesuai dengan spesifikasi produk | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Memenuhi syarat yang cukup sesuai dengan spesifikasi produk tapi masih sederhana | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Memenuhi syarat yang sangat baik dan lengkap | 5 Skor |
| 4. Kualitas Bahan Baku | 5 Skor |
| <input type="checkbox"/> Bahan baku yang digunakan tidak berkualitas | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Bahan baku yang digunakan berkualitas sedang | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Bahan baku yang digunakan berkualitas sangat baik | 5 Skor |
| 5. Keunikan Produk | 8 Skor |
| <input type="checkbox"/> Produk tidak memiliki keunikan | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Produk mempunyai keunikan tetapi masih bersifat umum | 4 Skor |
| <input type="checkbox"/> Produk mempunyai keunikan tersendiri dan menunjukkan identitas kearifan lokal | 8 Skor |
| <i>(Apabila produk melanggar hak kekayaan intelektual, maka tidak dinilai)</i> | |
| 6. Kemudahan dalam Penggunaan | 5 Skor |
| <input type="checkbox"/> Produk secara umum tidak diketahui fungsi dan kegunaannya | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Produk dapat digunakan tetapi masih perlu ada penjelasan penggunaannya | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Fungsi, penggunaan dan perawatan mudah dipahami | 5 Skor |

II. Peluang Pasar Ditinjau dari Kualitas Produk**5 Skor**

- | | |
|--|--------|
| <input type="checkbox"/> Untuk pasar lokal | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Untuk pasar nasional (siap masuk pasar modern, barcode) | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Untuk pasar ekspor | 5 Skor |

Total Nilai Bagian C = _____ Skor**Hasil Pertimbangan****Total Nilai (Bagian A+B+C) = _____ Skor****Ringkasan** Komentar komite pada produk secara keseluruhan

.....

.....

Tanda tangan Presiden/Sekretaris

(.....) Komite Seleksi Tingkat Nasional

Posisi

Tanggal Bulan Tahun

KRITERIA UNTUK SELEKSI PRODUK SATU DAERAH SATU PRODUK (OVOP) INDONESIA

Kategori : **GERABAH/ KERAMIK HIAS**

Nama Produk

ID Produk

A. ASPEK PRODUKSI, PENGEMBANGAN PRODUK DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT

Jumlah 30 Skor

I. Aspek Produksi

15 skor

1. Sumber Bahan Baku Utama

3 Skor

- | | |
|---|--------|
| <input type="checkbox"/> Bahan baku utama lokal (kabupaten/ kota) kurang dari 80% | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Bahan baku utama lokal (kabupaten/ kota) 80% atau lebih | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Semua bahan baku utama lokal (kabupaten/ kota) | 3 Skor |

2. Jaminan Ketersediaan Bahan Baku Utama

3 Skor

- | | |
|---|--------|
| <input type="checkbox"/> Jaminan ketersediaan bahan baku utama untuk 1 tahun | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Jaminan ketersediaan bahan baku utama 1 - 3 tahun | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Jaminan ketersediaan bahan baku utama lebih dari 3 tahun | 3 Skor |

3. Nilai Tambah Produksi

3 Skor

- | | |
|---|--------|
| <input type="checkbox"/> Nilai tambah produksi kurang dari 20 % | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Nilai tambah produksi 20 - 60 % | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Nilai tambah produksi lebih dari 60 % | 3 Skor |

- | | |
|---|---------------|
| 4. Lingkungan | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak memperhatikan dampak lingkungan | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Produksi berdampak terhadap lingkungan tetapi ada pengendalian | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Produksi tidak berdampak terhadap lingkungan | 3 Skor |
| 5. Konsistensi kualitas dan kuantitas produk | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang hampir sama | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama | 3 Skor |

II. Aspek Pengembangan Produk 6 Skor

- | | |
|---|---------------|
| 1. Pengembangan Produk & Desain (1 Tahun yang lalu) | 6 Skor |
| <input type="checkbox"/> Meniru produk lain | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Sesuai permintaan/ desain pelanggan | 4 Skor |
| <input type="checkbox"/> Dikembangkan oleh kelompok/ sendiri sesuai trend pasar | 6 Skor |

III. Aspek Pengembangan Masyarakat 9 Skor

- | | |
|---|---------------|
| 1. Peran dalam Kelompok | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Tidak menjadi anggota kelompok | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Sebagai anggota kelompok | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Sebagai pengurus kelompok | 3 Skor |
| 2. Partisipasi dengan Masyarakat | 6 Skor |
| a. Tenaga kerja sebagian dari masyarakat setempat | |
| b. Memberikan sebagian keuntungan untuk masyarakat setempat | |
| c. Mendengarkan/ menerima masukan dari masyarakat | |

- | | |
|--|--------|
| <input type="checkbox"/> Berpartisipasi 1 faktor | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Berpartisipasi 2 faktor | 4 Skor |
| <input type="checkbox"/> Berpartisipasi 3 faktor | 6 Skor |

Total Nilai Bagian A = _____ Skor

B. ASPEK MANAJEMEN, PEMASARAN DAN RIWAYAT PRODUK 36 skor

I. Manajemen 6 skor

1. Organisasi 3 Skor

- | | |
|--|--------|
| <input type="checkbox"/> Tidak ada struktur organisasi | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Ada struktur organisasi tanpa pembagian tugas yang jelas | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Ada struktur organisasi dengan pembagian tugas yang jelas | 3 Skor |

2. Pembukuan 6 Skor

- | | |
|---|--------|
| <input type="checkbox"/> Tidak ada pembukuan | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Pembukuan sederhana | 2 Skor |
| <input type="checkbox"/> Pembukuan mengikuti sistem akuntansi | 3 Skor |

II. Pemasaran 20 skor

1. Tujuan Pasar 5 Skor

- | | |
|--|--------|
| <input type="checkbox"/> Pasar lokal | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Pasar lokal dan nasional | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Pasar lokal, nasional dan internasional | 5 Skor |

- | | |
|--|---------------|
| 2. Peningkatan Omzet Penjualan (dalam 3 tahun terakhir) | 5 Skor |
| <input type="checkbox"/> Kenaikan tidak lebih dari 25% | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Kenaikan 25 – 50% | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Kenaikan 51% atau lebih | 5 Skor |
| 3. Pelanggan | 5 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tidak tetap | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tetap, tetapi pembelian tidak tetap | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tetap dan baru, pembelian meningkat | 5 Skor |
| 4. Identitas/ Logo Perusahaan | 5 Skor |
| <input type="checkbox"/> Produk belum ada identitas/ logo perusahaan | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Produk sudah menggunakan identitas perusahaan, tetapi belum konsisten dan didaftarkan HKI | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Seluruh produk telah menggunakan identitas perusahaan secara baik dan konsisten sudah didaftarkan di HKI, dilindungi, dan dikenal secara luas | 5 Skor |

III. Riwayat Produk 10 skor

- | | |
|---|---------------|
| 1. Riwayat Produk | 5 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk, tetapi tidak terdokumentasi | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk dan terdokumentasi | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk, terdokumentasi, dan dipublikasikan | 5 Skor |
| 2. Kearifan Lokal | 5 Skor |
| <input type="checkbox"/> Reproduksi dari daerah lain | 1 Skor |
| <input type="checkbox"/> Reproduksi dari daerah lain dan dikembangkan | 3 Skor |
| <input type="checkbox"/> Asli kearifan lokal dan dikembangkan | 5 Skor |

Total Nilai Bagian B = _____ Skor

C. KUALITAS , PENAMPILAN PRODUK DAN PELUANG PASAR **34 skor**

I. Kualitas Produk **25 skor**

1. Kerapian Proses Produksi **5 Skor**

- ☐ Pembuatan produk tidak rapi 1 Skor
- ☐ Pembuatan produk cukup rapi 3 Skor
- ☐ Pembuatan produk rapi 5 Skor

2. Tampilan Produk **10 Skor**

(Pilih hanya A atau B untuk menilai)

- A. Apabila penilaian untuk produk budaya : karakteristik produk mencerminkan keunggulan budaya lokal, baik bentuk, warna, motif, tekstur, estetika, ukuran yang sesuai penggunaannya, dan kemudahan penggunaannya.
- B. Apabila penilaian untuk produk kreatif : ada bentuk, warna, motif, estetika, modern sesuai dengan kebutuhan pasar, ukuran yang sesuai penggunaannya, dan kemudahan penggunaannya.

Penilaian :

- ☐ Desain produk, karakteristik dan komponennya sederhana, masih perlu diperbaiki secara keseluruhan 2 Skor
- ☐ Desain produk, karakteristik dan komponennya cukup baik, dan masih perlu diperbaiki di beberapa bagian 6 Skor
- ☐ Desain produk dan karakteristik sudah benar dan lengkap, sangat serasi komponennya secara keseluruhan 10 Skor

3. Kualitas Bahan Baku **5 Skor**

- ☐ Bahan baku yang digunakan tidak berkualitas/ tercemar sehingga produknya sulit diterima pasar **1 Skor**
- ☐ Bahan baku yang digunakan berkualitas sedang sehingga produknya bisa diterima pasar **3 Skor**
- ☐ Bahan baku yang digunakan berkualitas sangat baik sehingga produknya potensial untuk diekspor **5 Skor**

4. Keunikan Produk **5 Skor**

- ☐ Produk tidak memiliki keunikan **1 Skor**
- ☐ Produk mempunyai keunikan tetapi masih bersifat umum **3 Skor**
- ☐ Produk mempunyai keunikan tersendiri dan menunjukkan identitas kearifan lokal **5 Skor**

(Apabila produk melanggar hak kekayaan intelektual dan norma susila, maka tidak dinilai)

II. Peluang Pasar Ditinjau dari Kualitas Produk **4 Skor**

- ☐ Untuk pasar lokal (kecamatan, kabupaten) **1 Skor**
- ☐ Untuk pasar nasional (provinsi, antarprovinsi) **2 Skor**
- ☐ Untuk pasar ekspor **4 Skor**

Total Nilai Bagian C = _____ Skor

Hasil Pertimbangan

Total Nilai (Bagian A+B+C) = _____ Skor

Ringkasan Komentar komite pada produk secara keseluruhan

.....
.....

Tanda tangan Presiden/Sekretaris

(.....) Komite Seleksi Tingkat Nasional

Posisi

Tanggal Bulan Tahun

