

**IMPLEMENTASI PROGRAM *ONE TAMBON ONE PRODUCT*  
(OTOP) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN  
KERAJINAN TANGAN DI KABUPATEN KHAWKRAM  
KRABI THAILAND**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Oleh:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**Anucha Pankwan**  
NIM.20172247

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
MARET 2023**

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

**IMPLEMENTASI PROGRAM *ONE TAMBON ONE PRODUCT*  
(OTOP) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN  
KERAJINAN TANGAN DI KABUPATEN KHAWKRAM  
KRABI THAILAND**

**SKRIPSI**


diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

**Anucha Pankwan**  
**NIM. E20172247**

**Disetujui Pembimbing**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

  
**M. Saiful Anam, S.Ag., M.Ag.**  
**NIP. 197111142003121002**

**IMPLEMENTASI PROGRAM *ONE TAMBON ONE PRODUCT*  
(OTOP) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN  
KERAJINAN TANGAN DI KABUPATEN KHAWKRAM  
KRABI THAILAND**

**SKRIPSI**


telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis

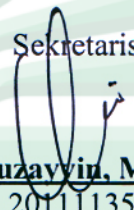
Tanggal : 30 Maret 2023

Tim Penguji

Ketua

  
**Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si.**  
NIP.197403122003121008

Sekretaris

  
**H. Muzayyin, M.E.**  
NUP. 20111135

Anggota :

1. Dr. Retna Anggitaningsih, S.E., M.M.
2. Muhammad Saiful Anam, M.Ag.





Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



  
**Dr. Khandan Rifa'i, SE., M.Si.**  
NIP. 19680807 200003 1 001

## MOTTO

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا  
بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ  
دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya: “Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia. “(QS. Ar-Ra’d 13: Ayat 11).<sup>1</sup>

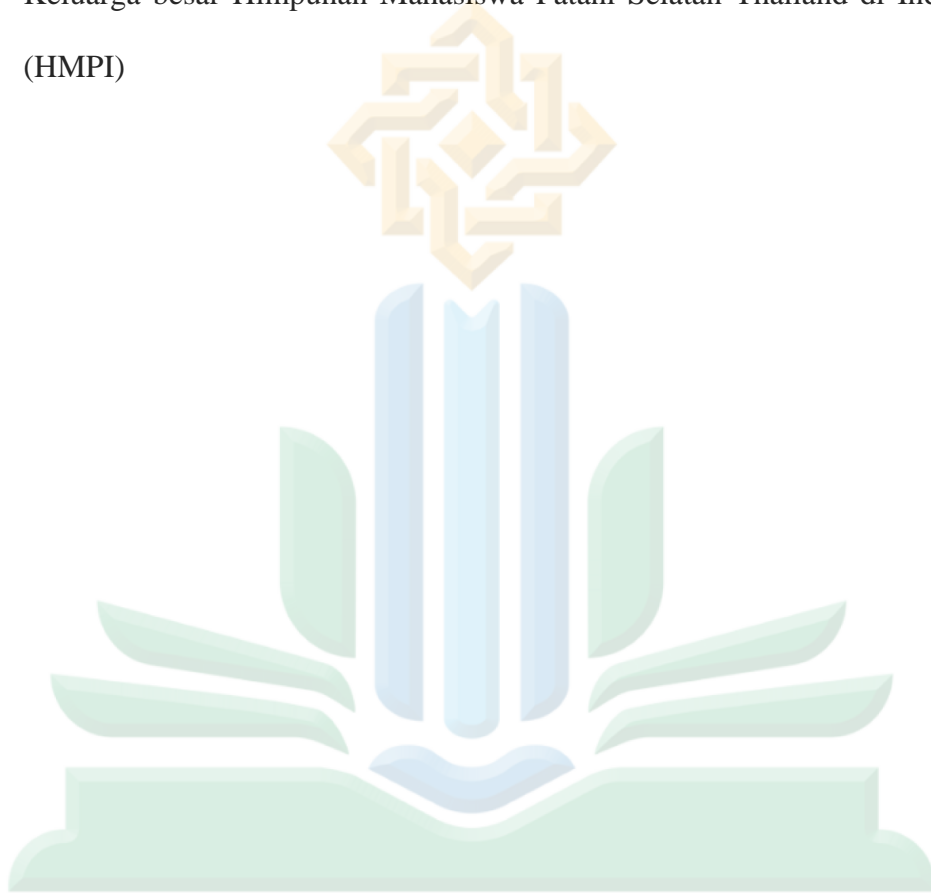
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah *wasyukurillah wa ala nikmatillah*, segala puji bagi Allah SWT, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, saya persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Kepada kedua orang tua saya, ayahanda Samun Pakkwan dan Ibu Suphaporn Nukul yang tercinta, tersayang dan yang selalu memberikan semangat, kasih sayang dan doa yang tulus serta rela bekerja keras demi kesuksesan anaknya, terimakasih banyak atas segala pengorbanannya, yang tidak mungkin dapat dibalas oleh penulis, semoga surga kelak menjadi balasan atas kasih sayang, cinta dan pengorbanan kalian, aamiin.
2. Adek tersayang Julin Pankwan dan Hanif Pankwan yang selalu memberikan motivasi, semangat serta doanya.
3. Untuk sahabat Muhammad Alfin Faridho Ychsan yang telah menjadi sahabat seperjuangan selama menempuh pendidikan di UIN KHAS Jember.
4. Keluarga besar tercinta yang selalu memberikan semangat, motivasi dan dukungan agar tidak pantang menyerah dalam segala hal.
5. Segenap guru dan dosen, semoga ilmu yang diberikan bermanfaat dan barokah, aamiin.
6. Almamater UIN KHAS Jember dan seluruh dosen UIN KHAS Jember khususnya dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmunya kepada penulis.

7. Teman-teman dan sahabat angkatan 2017 Ekonomi Syariah yang menjadi teman seperjuangan dan saling berbagi ilmu.
8. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Patani Selatan Thailand di Indonesia (HMPI)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## ABSTRAK

**Anucha Pankwan, M. Saiful Anam, S.Ag., M.Ag. : Implementasi Program One Tambon One Product (OTOP) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kerajinan Tangan Di Kabupaten Khawkrum Krabi Thailand**

Tujuan dari Implementasi program *One tambon One Product (OTOP)* adalah untuk meningkatkan lapangan pekerjaan, memaksimalkan serapan tenaga kerja, meningkatkan peluang pendapatan dan membantu mengentaskan kemiskinan di wilayah. Dibawah program *One tambon One Product (OTOP)*, masyarakat khususnya, elemen komoditas di wilayah pedesaan didorong untuk mampu mengadakan kegiatan produksi yang diperoleh dari sumber daya alam mau pun kekhususan bentang alam, kerajinan, kebudayaan lokal setempat yang mampu menstimulus kegiatan ekonomi komoditas lokal.<sup>2</sup>

Berdasarkan latar belakang di atas penulis merumuskan fokus penelitian dalam penelitian ini, antara lain : 1. Bagaimana Implementasi Program *One tambon One Product (OTOP)*, di *Tambon Khawkrum Krabi Thailand* ?. 2. Faktor apa saja yang mempengaruhi program *One tambon One Product (OTOP)*, sehingga meningkatkan volume penjualan kerajinan tangan di kabupaten *Khawkrum Krabi Thailand*?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dalam menentukan informan peneliti menggunakan teknik *purposive* yaitu pertimbangan dalam memilih informan yang dianggap mengetahui informasi terkait permasalahan yang akan diteliti. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah: 1. Implementasi program *One tambon One Product (OTOP)*, di *Tambon Khawkrum Krabi Thailand* dilaksanakan melalui beberapa indikator tahapan. Pertama, pemerintah memberikan arahan melalui sosialisasi secara intens atau komunikasi secara langsung. Kedua, sumberdaya yang dipilih untuk mengikuti program *One tambon One Product (OTOP)*, berasal dari semua kalangan tanpa pandang bulu. Ketiga, disposisi, pada tahap ini pemerintah merangkul semua lapisan masyarakat baik yang memiliki keahlian ataupun yang belum memiliki keahlian kemudian dilatih dan dibekali. Keempat, struktur birokrasi, ini dilakukan dengan cara mengadakan pertemuan secara rutin setiap dua minggu sekali untuk memantau sejauh mana perkembangan *One tambon One Product (OTOP)* . 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi volume peningkatan penjualan *One tambon One Product (OTOP)* antara lain, harga, segmen pasar, jenis pasar, modal, dan promosi.

**Kata Kunci:** Penjualan, Kerajinan tangan, Ekonomi

<sup>2</sup> Sindhu Andredita, Ratih Kumala Dewi, Titah Kawitri Resen, "Implementasi Program Pro-poor Tourism Dalam Meningkatkan Perekonomian Komoditas Masyarakat HAD-BAI, Thailand Utara" 5 febuari 2021, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/hi/article/view/41594>.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi Strata Satu (S1), Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., MM selaku Rektor UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i SE.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M. E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam
4. Bapak Dr. M.F Hidayatullah, M.H.I. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Bapak Toton Fanshurna, M.El. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).



6. Bapak M. Saiful Anam, S.Ag., M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan bimbingan kepada penulis mulai dari awal sampai akhir.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui sebelumnya.
8. Segenap pengurus toko-toko batik dan kumpulan batik Khawkrum Krabi yang telah berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga membantu proses penyelesaian penelitian.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dunia ini tidak ada yang sempurna begitu juga dalam penulisan skripsi ini, yang tidak lupa dari kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi penulis dan pembaca sekalian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Krabi Thailand, 20 September 2022

Penulis

**Anucha pankwan**

NIM. E20172247

## DAFTAR ISI

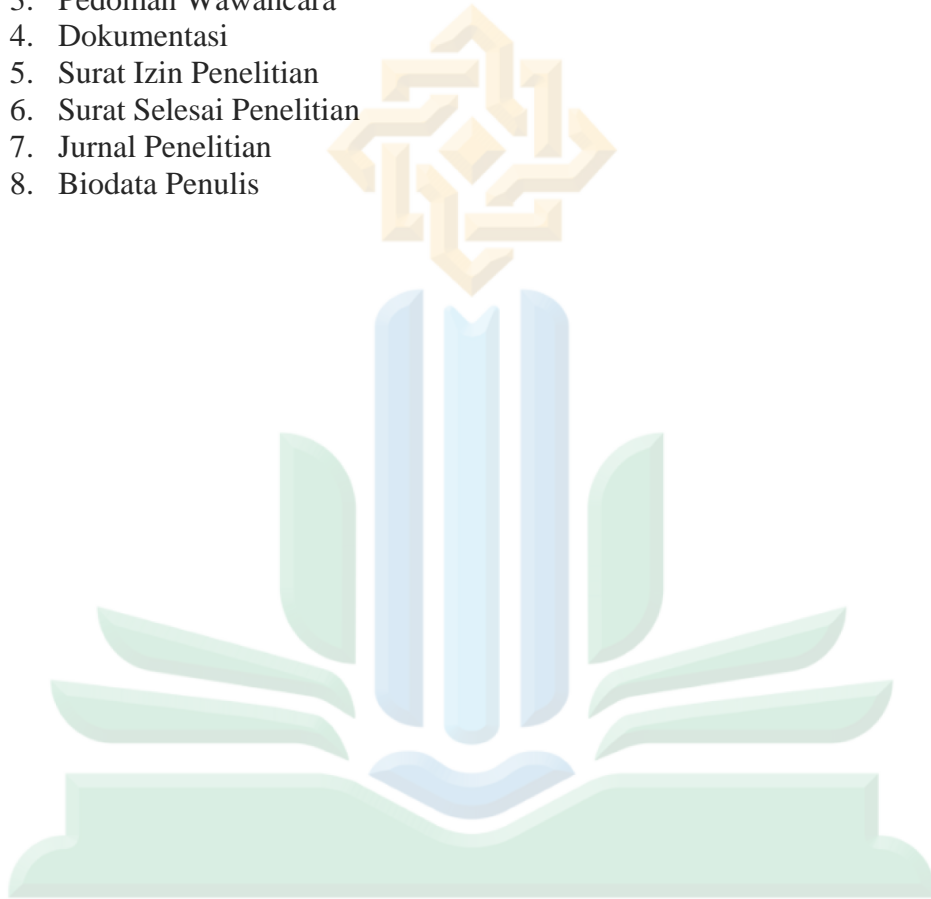
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Definisi Istilah.....	9
F. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....</b>	<b>12</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Kajian Teori.....	21

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	33
B. Lokasi Penelitian.....	34
C. Subyek Penelitian.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data .....	36
E. Analisis Data .....	39
F. Keabsahan Data.....	41
G. Tahap-tahap Penelitian .....	41
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	44
B. Penyajian Data dan Analisis .....	46
C. Pembahasan Temuan .....	57
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>64</b>
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran-saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Pedoman Wawancara
4. Dokumentasi
5. Surat Izin Penelitian
6. Surat Selesai Penelitian
7. Jurnal Penelitian
8. Biodata Penulis



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu ..... 18



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Thailand adalah suatu negara berbentuk kerajaan terletak di kawasan Asia Tenggara yaitu tengah-tengah senanjung Indo-China. Ibu kota Thailand adalah Bangkok, yang terletak di bagian tengah. Di bagian utara Thailand berbatasan dengan Myanmar dan Laos. Di bagian timur, Thailand berbatasan dengan Laos dan Kamboja. Di bagian selatan Thailand berbatasan dengan Malaysia. Di bagian barat Thailand berbatasan dengan daerah selatan dari Myanmar.<sup>3</sup>

Thailand adalah salah satu negara berkembang yang dapat mengatasi krisis ekonomi dengan memanfaatkan lahan yang luasnya hampir sebanding dengan pulau Sumatra di Indonesia sebagai *Tourism Place* atau tempat pariwisata. Pertumbuhan ekonomi di Thailand yang pada awalnya terjadi krisis ekonomi global sekitar pada tahun 1997, anjlok hingga minus dibawah nol, kini pelan-pelan beranjak naik. Menurut Gubernur Thailand Samak Sandravej, pada tahun 2001 pertumbuhan ekonomi negaranya sudah melesat hingga diatas 4% pertahun dan pada tahun 2002 sudah menjadi 10% pertahun. Wisata asing yang berkunjung ke Thailand pada 2002 lebih dari 10 juta orang dengan kontribusi pendapatan 250-300 miliar bath/tahun. Menurut World Travel & Tourism Council (WTTC), cabang pariwisata Thailand telah menyumbangkan sekitar 19% GDP pada tahun 2012. Aktivitas pembangunan pariwisata juga memperoleh data pada tahun 2012 yang nama

---

<sup>3</sup> John G. dan Gunawan S. *Amazing Thailand* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013), 3.

menurut otoritas pariwisata yaitu jumlah wisatawan mancanegara yang datang untuk mengunjungi pariwisata di Thailand mencapai 23 juta orang yang di dalam kulkulasinya terdapat peningkatan 19% terbanding dengan tahun 2011 dan menghasilkan sebesar USD 36 miliar untuk cabang industri pariwisata ini.<sup>4</sup>

Krabi adalah provinsi di wilayah barat daya pesisir Thailand, berbatasan dengan Pang-Nga bagian utara, Nakhon Sritammarat dan Surattani di bagian timur, serta Trang di bagian selatan, Krabi Memiliki kekayaan alam unik, dengan banyak batuan kapur yang menjulang dari laut, pantai-pantai indah, serta hutan hujan tropis.<sup>5</sup>

Pada tahun 1997, krisis ekonomi melanda negara-negara di Asia akibat peningkatan nilai kurs dollar. Salah satu negara yang mengalami pukulan telak dari penurunan nilai mata uang tersebut adalah Thailand. Merespon penurunan ekonomi negara Thailand, perdana mantri Taksin Shinnawat menerapkan kebijak-kebijakan untuk memuluhkan sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi di thailand. Salah satu kebijakan yang di terapkan adalah *One Village One Product (OVOP)* berasal dari Prefektor Oita, Jepang. Kebijakan (*OVOP*) ini oleh pemerintah Thailand kemudian diperkenalkan bahasa lokal yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat yaitu *One Tambon One Product (OTOP)*<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Nurul Afiani, *Keindahan Puket LOD TOWN Sebagai Daya Tarik Wisata Heritage Di Puket* (Yogyakarta : Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo,2018),4.

<sup>5</sup> Ariyanto, *Rp1Jutaan Keliling Thailand dalam 10 hari*, (Yogyakarta :B-first ,2010),200. [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id)

<sup>6</sup> Hafi Munirwan, "*OTOP dan Pengembangan Ekonomi Lokal Di Thailand*," *Bicara Kota*, 1 Juli 2016, [http://www.bicarakota.com/2016/06/mendorong-pertumbuhan-ekonomi-lokal\\_24.html](http://www.bicarakota.com/2016/06/mendorong-pertumbuhan-ekonomi-lokal_24.html).

Tujuan dari Implementasi program *One tambon One Product (OTOP)*, adalah untuk meningkatkan lapangan pekerjaan, memaksimalkan serapan tenaga kerja, meningkatkan peluang pendapatan dan membantu mengentaskan kemiskinan di wilayah. Dibawah program *One tambon One Product (OTOP)*, masyarakat khususnya, elemen komoditas di wilayah pedesaan didorong untuk mampu mengadakan kegiatan produksi yang diperoleh dari sumber daya alam mau pun kekhususan bentang alam, kerajinan, kebudayaan lokal setempat yang mampu menstimulus kegiatan ekonomi komoditas lokal.<sup>7</sup>

Pemerintah bertujuan untuk meningkatkan ekonomi dasar dalam kaitannya dengan perekonomian daerah besar. Salah satunya menggerakkan *One Tambon One Product (OTOP)* oleh kementerian menetapkan target nilai perdagangan *One tambon One Product (OTOP)*, meningkat menjadi 300 miliar baht pada tahun 2020, meningkat dari tahun 2019 dengan penjualan 2,7 miliar baht sekitar 70 miliar baht, yang meningkat terus menerus sejak tahun 2003, produk *One tambon One Product (OTOP)*, memiliki nilai penjualan sekitar 50 miliar saja.

Terlihat peningkatan penjualan setiap tahun tumbuh 10-20% setiap tahunnya. Tahun di bawah tingkat pertumbuhan ekonomi negara 3% dibandingkan dengan kinerja sektor swasta, dalam kondisi ini, pertumbuhan

---

<sup>7</sup> Sindhu Andredita, Ratih Kumala Dewi, Titah Kawitri Resen, "Implementasi Program Pro-poor Tourism Dalam Meningkatkan Perekonomian Komoditas Masyarakat HAD-BAI, Thailand Utara" 5 februari 2021, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/hi/article/view/41594>.



3% sudah dinilai sangat baik. Tetapi tampaknya produk komoditas *One tambon One Product (OTOP)*, telah tumbuh 10-20% per tahun.<sup>8</sup>

Kerajinan tangan merupakan kegiatan seni yang menitik beratkan pada keterampilan tangan dan fungsi untuk mengolah bahan baku yang sering ditemukan di lingkungan menjadi benda-benda yang tidak hanya bernilai pakai, tetapi juga bernilai estetis. Dengan keahlian yang diturunkan dari generasi ke generasi, seni kerajinan Thailand telah lama menjadi cermin kreativitas dan kecerdasan rakyat Thailand.

Batik atau kain batik adalah istilah yang digunakan untuk menyebut jenis kain yang dibuat dengan menggunakan lilin untuk menutupi untuk menutupi bagian yang tidak ingin diwarnai dan menggunakan metode pengolesan, pengecatan atau pewarnaan pada bagian bagian yang perlu diwarnai. Di thailane mempunyai industri pembuatan batik dan produksi batik di tempat wisata yang terkenal seperti *Yala, Pattani, Songkla, Phuket, Krabi*.

Menyebar kain batik mulai masuk ke wilayah perbatasan provinsi selatan dipengaruhi oleh malaysia dan malaysia sendiri telah dipengaruhi oleh indonesia juga. Saat ini batik sudah berkembang dan sangat luas. Sekarang untuk memproduksi kain dalam berbagai bentuk dari sebelumnya dan bisa dijual dengan harga yang lebih baik dari batik cap, menyebabkan industri batik di selatan berbalik untuk menghasilkan pola sampai beberapa lembar

<sup>8</sup> Kasem Phiphatseritham, *OTOP* นักสู้ชาวบ้าน นักการตลาดชุมชน, (Bangkok, 2004), 203.

batik menjadi lukisan yang harganya jauh lebih mahal dari biasanya, kain yang paling populer adalah sarung, kain potong, dan pakain jadi.<sup>9</sup>

Kemudian seni membatik mulai masuk pada Desa Khawkrabi dan penduduk mulai menyukainya sehingga membatik sudah menjadi hobi bagi sebagian masyarakat. Pada tahun 2004, Kecamatan Khawkrabi dilanda krisis ekonomi yang menyebabkan banyak masyarakat kehilangan pekerjaan. Sehingga pemerintah setempat mengadakan program *One tambon One Product (OTOP)*, untuk membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang terkena dampak krisis ekonomi. Sebagaimana dijelaskan oleh Sucha Wansuk Kepala Desa Khawkrabi Thaliand, saat wawancara beliau menyatakan :

Dulu tahun 2004, Desa kami mengalami perekonomian yang sulit dan cukup terpuruk. Banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaannya. Untuk itu pemerintah berinisiatif untuk mendaftarkan produk kerajinan tangan masyarakat pada program *One tambon One Product (OTOP)*, nah dari sinilah perekonomian masyarakat Kecamatan Khawkrabi mulai membaik dan perlahan meningkat. Pada program ini kami merangkul semua lapisan masyarakat tanpa pandang bulu.<sup>10</sup>

Dari penjelasan di atas dapat kita simpulkan bahwa adanya program *One tambon One Product (OTOP)*, dapat menambah penghasilan masyarakat Khawkrabi dan meningkatkan taraf perekonomian pada kondisi yang lebih membaik. Kemudian Arenna Jennah saat wawancara Ia menambahkan :

Dengan adanya program *One tambon One Product (OTOP)*, saya sangat merasa terbantu, perekonomian keluarga saya membaik dan saya bisa membantu suami. Saya sangat suka membatik bahkan sudah menjadi hobi, dan pada program *One tambon One Product (OTOP)*, ini

digilib.uinkhas.ac.id | digilib.uinkhas.ac.id | digilib.uinkhas.ac.id | digilib.uinkhas.ac.id | digilib.uinkhas.ac.id | digilib.uinkhas.ac.id | digilib.uinkhas.ac.id | digilib.uinkhas.ac.id | digilib.uinkhas.ac.id | digilib.uinkhas.ac.id  
<sup>9</sup> <https://sites.google.com/site/silphatthkrmmthiy/phakh-ti/pha-ba-tik> /24/6/2022 (10:53)

<sup>10</sup> Sucha Wansuk, *Wawancara*, Thailand, 5 Juli 2022.

batik yang dijual biasanya yang sudah jadi baju dan batik yang dijadikan souvenir untuk pajangan.<sup>11</sup>

Dari penjelasan di atas dapat kita pahami bahwa perekonomian masyarakat Kecamatan Khawkrabi terus meningkat dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang benar-benar membutuhkan. Produk yang dijual hanya dua jenis yakni batik yang siap pakai dan batik yang diajarkan souvenir untuk pajangan.

Hal menarik lainnya terkait program *one tambon one product (OTOP)* adalah kemajuan perekonomian masyarakat yang sangat terasa secara individu. Terutama golongan ibu-ibu yang tidak bekerja atau ibu rumah tangga. Sebagaimana dijelaskan oleh Teerawat Pana, saat wawancara beliau menjelaskan:

Perekonomian rumah tangga di Khawkrabi Thailand mengalami kemajuan yang cukup pesat, dulu banyak yang mengalami krisis ekonomi tapi semenjak adanya kebijakan program *one tambon one product (OTOP)* perekonomian masyarakat menjadi lebih baik. Saya pribadi mengalami hal ini, dulu tidak punya pekerjaan dan dengan adanya program *one tambon one product (OTOP)* ekonomi keluarga membaik hingga saat ini.<sup>12</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas, terlihat perekonomian Kecamatan Khawkrabi terus meningkat. Hal ini menarik untuk diteliti. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana implementasi program *One Tambon One Product (OTOP)* dapat meningkatkan volume penjualan, maka peneliti akan mengangkat judul untuk penelitian lebih lanjut yaitu:

<sup>11</sup> Arinna Jenna, *Wawancara*, Thailand, 5 Juli 2022.

<sup>12</sup> Teerawat Pana, *Wawancara*, Khao Kharm Thailand, 5 Juli 2020.

**“ Implementasi Program *One Tambon One Product (OTOP)* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kerajinan Tangan Di Kabupaten Khawkram Krabi Thailand.”**

**B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas penulis merumuskan fokus penelitian dalam penelitian ini, antara lain :

1. Bagaimana Implementasi Program *One tambon One Product (OTOP)*, di Tambon Khawkram Krabi Thailand ?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi program *One Tambon One Produk (OTOP)* sehingga meningkatkan volume penjualan kerajinan tangan di kabupaten Khawkram Krabi Thailand ?

**C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui Implementasi *Program One Tambon One Product (OTOP)* di Tambon Khawkram Krabi Thailand.
2. Untuk mengetahui fakto-faktor apa saja yang mempengaruhi *Program One Tambon One Product (OTOP)* sehingga meningkatkan volume penjualan kerajinan tangan di kapupaten Khawkram Krabi Thailand.

**D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan paktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi

dan masyarakat secara keseluruhan. Dan kegunaan harus realitis.<sup>13</sup> Adapun manfaat penelitian adalah :

1. Manfaat teoritis :

- a) Peneliti harapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan mengenai program *One tambon One Product (OTOP)*, di Tambon Khawkram Krabi Thailand.
- b) Penelitian harapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan mengenai Implementasi Program *One tambon One Product (OTOP)*, dalam meningkatkan volume penjualan kerajinan tangan di Tambon KhawKram Krabi Thailand.

2. Manfaat praktis :

a) Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan sebagai rujukan dalam mengimplementasi program *One tambon One Product (OTOP)*, di Thailand Peneliti dapat mengetahui sejauh mana keilmuan yang

didapat dalam bangku perkuliahan yang hanya mempelajari teori dan terkadang hal tersebut berbeda dengan kenyataan yang ada di lapangan. Peneliti juga mendapat ilmu mengenai implementasi program *One tambon One Product (OTOP)*, di Thailand.

b) Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan adanya penelitian ini, lembaga UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dapat mengetahui, mempelajari dan menjadikan

<sup>13</sup> Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2019), 41.

penelitian sebagai salah satu referensi pembelajaran dalam perkuliahan.

## E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadikan titik perhatian penelitian dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.<sup>14</sup> Adapun definisi istilah sebagai berikut :

### 1. Implementasi

Istilah implementasi menunjuk pada sejumlah kegiatan yang mengikuti pernyataan maksud tentang tujuan program dan hasil yang diinginkan oleh para pejabat pemerintah. Implementasi mencakup tindakan (tanpa tindakan) oleh bagai aktor, khususnya para birokrat pemerintah, yang di khususkan untuk membuat sebuah kebijakan.<sup>15</sup>

### 2. Program *One Tambon One Product (OTOP)*

*One Tambon One Product (OTOP)* pada dasarnya adalah suatu konsep atau program untuk menghasilkan satu jenis komoditas atau produk unggulan yang berada dalam suatu kawasan tertentu pengertian kawasan dalam hal ini bisa meliputi suatu areal wilayah dengan luasan tertentu. Di thailand areal dimaksud adalah wilayah kecamatan (*Tmbon*).<sup>16</sup>

### 3. *Volume* penjualan

<sup>14</sup> Ibid.,42

<sup>15</sup> Romauly Ferbiana silitonga. "Implementasi kebijakan pemerintah daerah kabupaten bekasi dalam pengentasan kemiskinan masyarakat?" Skripsi, universitas negeri semarang,2018. [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id)

<sup>16</sup> Asrul sidiq, "Belajar dari desa kreatif di thailand" serambi,23 juni 2021, <https://aceh.tribunnews.com/2013/02/07/belajar-dari-desa-kreatif-di-thailand>.

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan memperoleh laba untuk kelangsungan hidup perusahaan.<sup>17</sup>

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup, untuk mempermudah dalam penyajian dan memahami dari sistem penelitian ini, maka dimuat sistematika pembahasan sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bagian ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan definisi istilah.

#### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Berisi tentang ringkasan penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan pada saat ini serta memuat kajian teori.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Membahas tentang metode yang akan digunakan meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.





## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini penelitian mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan. Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan perbedaan penelitian yang hendak dilakukan.<sup>18</sup>

Adapun kajian yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini antara lain:

1. Sindhu Andredita, Universitas Undayana 2021, dengan judul “Implementasi kebijakan pro-poor tourism dalam meningkatkan perekonomian komoditas masyarakat hatyai, Thailand utara”<sup>19</sup> penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui kebijakan pro-poor tourism dalam meningkatkan perekonomian komoditas masyarakat hatyai. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang digambarkan secara deskriptif. Persamaan dalam penelitian adalah sama-sama membahas tentang implementasi kebijakan dalam meningkatkan perekonomian dan komoditas. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang kebijakan program *one tambon one*

---

<sup>18</sup> Tim Revisi IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2019), 42.

<sup>19</sup> Sindhu Andredita, Ratih Kumala Dewi, Titah Kawitri Resen, “*Implementasi Program Pro-poor Tourism Dalam Meningkatkan Perekonomian Komoditas Masyarakat HAD-BAI, Thailand Utara*” 5 febuari 2021, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/hi/article/view/41594>.

*product (OTOP)* sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang kebijakan pro-poor tourism.

2. Ghalib Agfa Ponaya, Universitas Diponegoro Semarang 2015, dengan judul “strategi pengembangan ekonomi lokal untuk meningkatkan daya saing pada UKM ekonomi kreatif batik bakaran di Pati Jawa Tengah”<sup>20</sup> metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengembangan ekonomi lokal sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang implementasi dalam meningkatkan volume penjualan sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang strategi pengembangan ekonomi lokal untuk meningkatkan daya saing pada UKM.
3. Silveraa Sekar wijayanti, dengan judul “implementasi pengembangan ekonomi lokal dalam pembentukan klaster encang gondok di kabupaten Semarang” 2015.<sup>21</sup> penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui implementasi pengembangan ekonomi lokal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang implementasi ekonomi lokal sedangkan perbedaannya adalah implementasi untuk meningkatkan volume penjualan sedangkan penelitian terdahulu

<sup>20</sup> Ghalib Agfa Polnya, “Strategi pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati Jawa Tengah”, (Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, 2015).

<sup>21</sup> Silveraa sekar wijayanti, “implementasi pengembangan ekonomi lokal dalam pembentukan klaster encang gondok di kabupaten Semarang” (universitas diponegoro, 2015).

membahas tentang implementasi ekonomi lokal dalam membentuk kluster encang gondok.

4. Artikah Cecep Hidayat, “pengaruh kebijakan *one tambon one product (OTOP)* dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal pasca krisis finansial asia 1997: studi kasus di provinsi chiangmai,”<sup>22</sup> penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui pengaruh kebijakan program *One tambon One Product (OTOP)*. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, peneliti akan mengambil data primer dan skunder. Pada data primer, peneliti turun lapangan untuk mewawancarai pihak-pihak yang bertanggung jawab atas kebijakan tersebut. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang program *One tambon One Product (OTOP)*, dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang implementasi program *One tambon One Product (OTOP)*, sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh kebijakan program *One tambon One Product (OTOP)*.

5. Amin Dwi Ananda, dengan judul “Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif di kota malang”<sup>23</sup> penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui tentang pengembang UMKM di kota malang. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dalam penelitian kualitatif yang dimaksud subjek penelitian

<sup>22</sup> Artikah Cecep Hidayat, “ Pengaruh Kebijakan *One Tambon One Product (Otop)* Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat Lokal Pasca Krisis Finansial Asia 1997: Studi Kasus di Provinsi Chiangmai,”(Universitas Indonesia, 2015,).  
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

<sup>23</sup> Amin Dwi Ananda, “Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Malang” (Universitas Muhammadiyah Malang, 2017).

adalah informan yang berikan data penelitian melalui wawancara. Persamaan dalam penelitian ini adalah tujuan untuk perkembangan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini hanya khusus di volume penjualan kerajinan tangan saja sedangkan penelitian terdahulu membahas semua perkembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif.

6. Rosmalida Novia Adriani, “Implementasi program *one village one product* (OVOP) pada koperasi paguyuban tenun troso kabupaten jepara”<sup>24</sup> penelitian ini membahas tentang implementasi program (OVOP) pada kperasi paguyuban tenun metode penelitiaang yang digunakan adalah metode evaluasi dalam pendekatan kualitatif. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang Implementasi program OVOP atau *One tambon One Product (OTOP)*. Perbedaan dalam penelitian ini adalah ojek yang di teliti disini adalah untuk meningkatkan penjualan sedangkan penelitian terdahulu adalah koperasi paguyuban tenun.

7. Alfa Ismi Kurniadi “Implementasi program pengembangan ekonomi kreatif di kota bandung”<sup>25</sup> metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan metode pen

8. Vida Augi Galasage “Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi kebijakan pengembangan ekonomi kreatif di kota surakarta.”<sup>26</sup> metode

<sup>24</sup> Rosmalida Novia Adriani, “Implementasi progrem *one village one product* (OVOP) pada koperasi paguyuban tenun troso kabupaten jepara”(Universitas diponegoro,2013),.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

<sup>25</sup>Alfa Ismi kurniadi, “Implementasi progrem pengembangan ekonomi kretif di kota bandung” (universitas pasundan bandung, 2017),.

<sup>26</sup>

penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif penggunaan metode semacam ini didasarkan pada pertimbangan bahwa metode ini ditujukan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan serta mengkaji secara kualitatif bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi kebijakan pengembangan ekonomi kreatif di kota surakarta persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan perbedaannya adalah penelitian ini teliti tentang bagaimana program *One tambon One Product (OTOP)* mampu meningkatkan penjualan sedangkan penelitian terdahulu itu teliti tentang faktor apa saja yang mempengaruhi kimplementasi kebijakan pengembangan ekonomi kreatif.

9. Gunariato, “Model pengembangan one tambon one product dalam upaya pemberdayaan UMKM sebagai strategi meningkatkn daya siang dan akses pasar untuk memasuki pasar asean di malang raya”<sup>27</sup> metode yang digunakan adalah metode analisis data dengan menggunakan pendekatan penetapan longlist komoditas unggulan, proses hirarki analisis (AHP) terdiri dari tiga tahapan yaitu : membangun hirarki, survey, serta dengan meggunakan metode pendekatan analisis rantai nilai yang diperkuat dengan diskusi pakar. Persamaan dalam penelitian ini adalah pengembangan sektor dan produk unggulan daerah melalui gerakan *one tambon one product (OTOP)* adalah mengembangkan produk

<sup>26</sup> Vida augi galasage, “Faktor- faktor yang mempengaruhi implementasi kebijakan pengembangan ekonomi kretif di kota surakarta.”(universitas sebelas maret, 2019),.

<sup>27</sup> Gunariato, “Model pengembangan *one tambon one product* dalam upaya pemberdayaan UMKM sebagai strategi meningkatkn daya siang dan akses pasar untuk memasuki pasar asean di malang raya” (universitas widyagama, malang 2018),.

unggulan daerah yang memiliki potensi pemasaran lokal maupun global, mengembangkan dan meningkatkan kualitas serta nilai tambah produk. Perbedaan dalam penelitian ini adalah tujuannya disini tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Program *One Tambon One Product (OTOP)* mampu meningkatkan volume penjualan kerajinan tangan di kabupaten Khawkrum Krabi Thailand, sedangkan penelitian terdahulu untuk menemukan sektor atau komoditas unggulan yang memberikan kontribusi terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi malang raya.

10. Ahma Machae “pengaruh inovasi produk dan peran pemerintah terhadap keberhasilan usaha (studi kasus *One Tambon One Product (OTOP)* di kabupaten saiburi provinsi Pattani Thailand)”<sup>28</sup> metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner kepada 42 responden, alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesa adalah analisis jalur (*Path analysis*). Persamaan dalam penelitian ini adalah objek yang diteliti adalah sama-sama membahas kebijakan mengenai *One tambon One Product (OTOP)*, perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian ini fokus kepada implemtasi program *One tambon One Product (OTOP)* dalam meningkatkan pejualan sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh inivasi produk dan peran pemerintah terhadap keberhasilan usaha.

<sup>28</sup> Ahma machae, “pengaruh inovasi produk dan peran pemerintah terhadap keberhasilan usaha (studi kasus *One Tambon One Product (OTOP)* di kabupaten saiburi provensi Pattani Thailand)”(universitas padjajaran,2016),.digilib.uinkhas.ac.id

**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Nama dan tahun</b>	<b>Penelitian terdahulu</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
1	Sindhu Andredita, 2021	Implementasi kebijakan pro-poor tourism dalam meningkatkan perekonomian komoditas masyarakat hatyai, Thailand utara.	Persamaan dalam penelitian adalah sama-sama membahas tentang implementasi kebijakan dalam meningkatkan perekonomian dan komoditas.	penelitian ini membahas tentang kebijakan program OTOP sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang kebijakan pro-poor tourism.
2	Ghalib Agfa Poyana, 2015	Strategi pengembangan ekonomi lokal untuk meningkatkan daya siang pada UKM ekonomi kreatif batik bakaran di pati jawa tengah.	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengembangan ekonomi lokal.	Perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang implementasi dalam meningkatkan volume penjualan sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang strategi pengembangan ekonomi lokal untuk meningkatkan daya siang pada UKM.
3	Silvera Sekar Wijayanti, 2015	implementasi pengembangan ekonomi lokal dalam pembentukan klaster encang gondok di kabupaten semarang.	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang implementasi ekonomi lokal dan metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif.	perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang implementasi untuk meningkatkan volume penjualan sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang implementasi ekonomi lokal dalam membentuk klaster encang gondok.
4	Artikah Cecep Hidayat, 2015	Pengaruh kebijakan <i>one tambon one product</i> (OTOP) dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal pasca krisis finansial asia 1997: studi kasus	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang program OTOPTOP dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Dan metode	perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang implementasi program OTOP sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh kebijakan

		di provinsi chiangmai,.	penelitian adalah metode kualitatif.	program OTOP.
5	Amin Dwi Ananda, 2017	Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif di kota malang.	Persamaan dalam penelitian ini adalah tujuan untuk perkembangan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif.	perbedaannya adalah penelitian ini hanya khusus di volume penjualan kerajinan tangan saja sedangkan penelitian terdahulu membahas semua perkembang UMKM berbasis ekonomi kreatif.
6	Romalida Novia Adriani, 2013	Implementasi program <i>one village one product (OVOP)</i> pada koperasi paguyuban tenun troso kabupaten jepara.	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang Implementasi program OVOP atau OTOP. Dan metode yang digunakan adalah metode kualitatif	Perbedaan dalam penelitian ini adalah ojek yang di teliti disini adalah untuk meningkatkan penjualan sedangkan penelitian terdahulu adalah koperasi paguyuban tenun.
7	Alfa Ismi Kurniadi, 2017	Implementasi program pengembangan ekonomi kreatif di kota bandung.	Persamaan dalam penelitian ini adalah metode yang digunakan dan program yang di teliti, hanya namanya yang beda. Dan metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif.	Perbedaan dalam penelitian adalah penelitian ini fokus kepada penjual kerajinan tangan sedangkan penelitian terdahulu fokus kepada identifikasi apa saja yang menunjang program pembangunan ekonomi kreatif.
8	Vida Augi Galasage, 2019	Faktor- faktor yang mempengaruhi implementasi kebijakan pengembangan ekonomi kreatif di kota surakarta.	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif	perbedaannya adalah penelitian ini teliti tentng bagaimana program OTOP mampu meningkatkan penjualan sedangkan penelitian terdahulu itu teliti tentang faktor apa saja yang



				mempengaruhi kimplementasi kebijakan pengembangan ekonomi kreatif.
9	Gunariato, 2018	Model pengembangan <i>OTOP (one tambon one product)</i> dalam upaya pemberdayaan UMKM sebagai strategi meningkatkan daya siang dan akses pasar untuk memasuki pasar asean di malang raya.	Persamaan dalam penelitian ini adalah pengembangan sektor dan produk unggulan daerah melalui gerakan One Tambon One Product adalah mengembangkan produk unggulan daerah yang memiliki potensi pemasaran lokal maupun global, mengembangkan dan meningkatkan kualitas serta nilai tambah produk.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah tujuannya disini tujuan penelitian adalah untuk mengetahui <i>Program One Tambon One Product (OTOP)</i> mampu meningkatkan volume penjualan kerajinan tangan di kabupaten Khawkram Krabi Thailann, sedangkan penelitian terdahulu untuk menemukan sektor atau komoditas unggulan yang memberikan kontribusi terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi malang raya. Dan metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif
10	Ahma Machae, 2016	Pengaruh inovasi produk dan peran pemerintah terhadap keberhasilan usaha (studi kasus <i>One Tambon One Product (OTOP)</i> di kabupaten saiburi provinsi Pattani Thailand).	Persamaan dalam penelitian ini adalah ojek yang diteliti adalah sama-sama membahas kebijakan mengenai <i>OTOP</i> . Dan sama-sama menggunakan metode penelitian kuanlitatif.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian ini fokus kepada implemtasi program otop dalam meningkatkan pejualan sedangkan penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh inivasi produk dan peran pemerintah terhadap keberhasilan usaha.

Sumber: diolah dari penelitian terdahulu

## B. Kajian Teori

### 1. Implementasi

Pemahaman tentang implementasi dapat dihubungkan dengan suatu peraturan atau kebijakan yang berorientasi pada kepentingan khalayak ramai atau masyarakat. Suatu kebijakan akan terlihat kemanfaatnya apalagi telah dilakukan implementasi terhadap kebijakan tersebut. Implementasi merupakan kegiatan yang penting dari keseluruhan proses perancangan peraturan atau kebijakan, dan ada pun pengertian implementasi tersebut adalah sebagai berikut.

Implementasi merupakan proses kegiatan administratif yang dilakukan setelah kebijakan disetujui. Fungsi dan tujuan implementasi adalah untuk membentuk suatu hubungan yang memungkinkan tujuan-tujuan yang dapat diwujudkan.<sup>29</sup>

Implementasi secara sederhana dapat diartikan sebagai pelaksanaan atau penerapan. Sebagaimana yang ada di dalam kamus besar bahasa

indonesia, implementasi berarti penerapan. *Brow dan Wildavsky* mengemukakan bahwa “implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan”. Adapun *Schubert* mengemukakan bahwa “implementasi adalah sistem rakayasa”.<sup>30</sup>

Menurut teori implementasi *George Edward* dalam uraiannya tentang implementasi kebijakan publik dengan teorinya *Direct and*

<sup>29</sup> Tachjan, *Implementasi kebijakan publik*, (Bandung, AIPI Bandung, 2006), 2.

<sup>30</sup> Arinda Firdianti “*Implementasi manajemen berbasis sekolah*” (Yogyakarta : CV GRE PUBLISHING 2018 ),19.

*Inderact on implementation.* Dalam pendekatan ini terdapat empat variabel adalah :<sup>31</sup>

- a) Komunikasi: merupakan faktor yang dianggap penting kerana suatu program hanya dapat ditata dengan baik apa bila jelas bagi pelaksanaannya. Implementasi yang efektif terjadi apabila para pembuat keputusan sudah mengetahui apa yang mereka kerjakan, dan hal ini dapat dilakukan bila komunikasi berjalan dengan baik, hingga setiap keputusan kebijakan dan peraturan implementasi bisa dikomunikasikan pada staf yang tepat.
- b) Sumberdaya: dalam implementasi kebijakan bagaimanapun jelasnya ketentuan dan peraturan, serta akuratnya penyampaian kebijakan tetapi bila personil yang bertanggungjawab kurang mempunyai sumberdaya yang berkualitas dipastikan implementasi kebijakan tidak akan berjalan efektif.
- c) Disposisi merupakan sikap dari pelaksanaan kebijakan. Jika ingin efektif dalam pelaksanaan suatu kebijakan maka para pelaksana kebijakan tidak hanya mengetahui apa yang harus dikerjakan tetapi harus juga memiliki kemampuan dan kemauan untuk melaksanaannya sehingga tidak terjadi kebiasaan dalam prakteknya.
- d) Struktur Birokrasi, walaupun sumber-sumber untuk melaksanakan suatu kebijakan tersedia atau para pelaksana mengetahui apa yang seharusnya dilakukan, dan memiliki keinginan untuk melaksanakan

kebijakan, kemungkinan kebijakan tersebut tidak dapat terlaksana atau teralisasi kerana terdapatnya kelemahan dalam struktur organisasi.

## 2. Program *One Tambon One Product (OTOP)*

*One Tambon One Product (OTOP)* pertama kali diterapkan di kota kecil Oita di Jepang dengan istilah *One Village One Product (OVOP)*. Di Thailand mengadopsi *OVOP* dengan nama *One Tambon One Product (OTOP)* pada dasarnya adalah suatu konsep atau program untuk menghasilkan satu jenis komoditas atau produk unggulan yang berada dalam suatu kawasan tertentu. Pengertian kawasan dalam hal ini bisa meliputi suatu area wilayah dengan luasan tertentu seperti wilayah *Tambon*. Secara konseptual, model *One Tambon One Product (OTOP)* maupun *OVOP* identik dengan konsep *Agro Ecological Zone (AEZ)* atau perwilayahan komoditas unggulan yang juga mengarahkan suatu kawasan tertentu untuk menghasilkan satu atau beberapa jenis komoditas pertanian dan industri unggulan.

Konsep *OTOP* atau *One Tambon One Product*, pada dasarnya adalah merupakan perwujudan dari pelaksanaan program pengembangan kompetensi inti industri daerah sebagai suatu pendekatan pengembangan potensi daerah (*Regional Development*) di satu wilayah dalam mendorong pengembangan suatu produk kelas global yang unik khas daerah dengan memanfaatkan sumber daya dan budaya lokal.<sup>32</sup>

Konsep *One Tambon One Product* pertama kali dipopulerkan oleh Hamel dan Prahalad. Menurut Hamel dan Prahalad, *One Tambon One Product* adalah kumpulan dan keahlian teknologi yang terintegrasi dan terakumulasi dari suatu proses pembelajaran dalam organisasi (bisnis) sehingga menimbulkan kemampuan yang bersaing yang tinggi. *OTOP* adalah penyelarasan teknologi tentang kerja organisasi dan penghantaran nilai kepada pelanggan. *OTOP* adalah komitmen yang mendalam terhadap kerja lintas batas organisasi. Gallan, Tilman, dan Coates menyatakan bahwa “*One Tambon One Product are the things that some companies or regions know how to do uniquely well and that have the scope to provide them with a better- than average degree of success over the long term*”.

Dalam perspektif ekonomi regional, *One Tambon One Product* adalah kemampuan suatu daerah dalam menciptakan infrastruktur baik fisik dan non fisik untuk menarik investor baik asing maupun dalam negeri. *One tambon One Product* diartikan oleh para pakar dengan berbagai macam istilah seperti berbagai sumberdaya(*resources*), kekuatan(*strangth*), berbagai keahlian(*skill*), berbagai kemampuan (*capabilities*), pengetahuan yang terorganisir(*organzation khowldage*), keahlian yang bermacam-macam dan aset yang tidak berwujud. Barney (1995) mengemukakan bahwa sumber daya dan kemampuan menjadi penting bagi persaingan apa bila memiliki sifat (1) bernilai, (2) langka,

(3) sulit ditiru. Prahalad dan Hamel(1994) mengemukakan paling tidak terdapat 3 parameter untuk mengidentifikasi kompetensi inti, yaitu

- 1) Apakah kompetensi inti memberikan akses potensial pada beragam pasar?
- 2) Apakah *One Tambon One Product* dapat memberikan kontribusi yang berarti pada pelanggan?
- 3) Apakah *One Tambon One Product* yang dimiliki perusahaan membuat pesaing mengalami kesulitan untuk meniru?

Menurut Reana (2007), agar *One Tambon One Product* dapat menjadi dasar bagi keunggulan bersaing yang berkelanjutan maka kompetensi inti harus dapat memenuhi kriteria-kreteria sebagai berikut :

- 1) *One Tambon One Product* berhubungan dengan aktivitas atau proses yang mendasar value dari produk barang atau jasa yang dihasilkan
- 2) *One Tambon One Product* merupakan kinerja atau performance yang jauh lebih baik dari pesaing
- 3) *One Tambon One Product* sulit ditiru pesaing<sup>33</sup>

### 3. Volume Penjualan

- a) Pengertian penjualan

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan memperoleh laba untuk kelangsungan hidup perusahaan,

<sup>33</sup> Ana Sopanah, Isu Kotemporer Ekonomi&Bisnis (Surabaya: Scopindo 2021), 111.

sebenarnya pengertian penjualan sangat luas, beberapa ahli mengemukakan tentang definisi penjualan :

Menurut Basu Swastha, penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan atas persetujuan bersama.

Menurut Assauri, mengatakan “Ini merupakan fungsi yang sangat penting di dalam marketing yaitu melakukan penjualan yang menghasilkan kepuasan bagi konsumen. Penjualan ini dilakukan dengan berbagai teknik promosi agar barang yang dijual dapat dikenal oleh konsumen”

Pengertian penjualan menurut Kotler & Astrong, adalah “penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjualan dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan”

Menurut Swastha & Irawan, yaitu :

1. Mencapai penjualan tertentu.
2. Mendapat laba tertentu.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Menurut Saladin, “tujuan akhir konsep penjualan adalah keuntungan melalui volume penjualan yang tinggi” sedangkan menurut Alma, “promosi ini sangat berkembang pada masa *“selling concept”* dimana produsen sangat mengendalkan, sangat memberi harapan tinggi akan meningkatnya penjualan dengan mempergunakan promosi”.<sup>34</sup>

b) Tujuan penjualan

Pada umumnya perusahaan mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualan seperti tiga tujuan umum dalam penjualan seperti dirumuskan oleh Basu Swastha adalah sebagai berikut :<sup>35</sup>

1. Berusaha mencapai volume penjualan tertentu.
2. Usaha mendapatkan laba tertentu.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut, tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana penjualan atau ahli penjualan. Dalam hal ini perlu adanya kerja sama yang baik di dalam perusahaan.

c) Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain :

1. Kondisi dan kemampuan pasar

<sup>34</sup> Heni rohaeni, “Peran promosi melalui personal selling terhadap volume penjualan” *Ecodemica*, vol.IV, No2(2016): 277. [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id)

<sup>35</sup> Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen pemasaran modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1999), 85.



Disini penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan untuk maksud tersebut, penjualan harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yaitu:

- 1) Jenis dan karakteristik yang di tawarkan
  - 2) Harga produk
  - 3) Syarat penjualan, seperti: pembayaran, dan penghantaran
2. Kondisi pasar

Adapun faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan antara lain :

- 1) Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, atau pasar internasional.
- 2) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- 3) Daya beli.
- 4) Frekuensi pembeliannya.
- 5) Keinginan dan kebutuhan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

### 3. Modal

Apakah modal kerja perusahaan mampu untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan seperti untuk :

- 1) Kemampuan membiayai penelitian pasar yang dilakukan.
- 2) Kemampuan membiayai usaha-usaha untuk mencapai target penjualan (bayar upah, bayar promosi produk)
- 3) Kemampuan membeli bahan mentah untuk dapat memenuhi target penjualan.
- 4) Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ditangani bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang oleh orang tertentu atau ahli di bidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain.

### 4. Konsep penjualan

Konsep penjualan (*The selling concept*) mengacu pada pendapat **Philip Kotler (diterjemahkan oleh Saladin dan Usman 1997: 5)**, pada konsep ini “manajemen berorientasi pada produk dengan volume penjualan kerana beranggapan bahwa perusahaan perlu mengadakan kegiatan penjualandan promosi yang gencar”. Konsep ini megandung tiga dasar pokok, yaitu :

- 1) Perencanaan dan operasional berorientasi kepada produk dengan volume penjualan tinggi.
- 2) Alat yang digunakan untuk meningkatkan penjualan adalah promosi yang gencar.
- 3) Tujuan akhir adalah memenuhi atau mencapai tujuan perusahaan (laba) dengan mengusahakan volume penjualan semaksimal mungkin.<sup>36</sup>

d) Jenis dan bentuk penjualan

Adapun klasifikasi penjualan yaitu :

1. *Trade Selling*, penjualan yang terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka,. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan dan produk baru, jadi titik beratnya adalah para penjualan melalui penyalur bukan pada penjualan ke pembeli akhir
2. *Missionary selling*, penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan.
3. *Technical Selling*, berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.

4. *New Business Selling*, berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli menjadi pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.
5. *Responsive Selling*, setiap tenaga penjual dapat memberi reaksi terhadap *permintaan* pembeli melalui *route driving and retaining*. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalin hubungan pelanggan yang baik yang mejurus pada pembelian ulang.

Selain itu terdapat berbagai macam transaksi penjualan yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Penjualan secara tunai

Adalah penjualan yang bersifat "*Cash and carry*" dimana penjualan setelah terdapat kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, maka pembeli menyerahkan pembayaran secara kontan dan biasa langsung dimiliki oleh pembeli.

2. Penjualan kredit

Adalah penjualan *non cash* dengan tenggang waktu rata-rata ditas 1 bulan

3. Penjualan secara tender

Adalah penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender.

4. Penjualan ekspor

Adalah penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negeri yang mengimpor barang yang biasanya menggunakan fasilitas *letter of credit (LC)*.

5. Penjualan secara konsiyasi

Adalah penjualan barang secara “titipan” kepada pembeli yang juga sebagai penjual apabila barang tersebut tidak terjual maka akan dikembalikan pada penjual.

6. Penjualan secara grosir

Adalah penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang perantara yang menjadi perantara pabrik/importir dengan pedagang eceran.<sup>37</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>38</sup> Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode pendekatan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan beberapa temuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk kegiatan penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial dan ekonomi. Hasil kegiatan penelitian kualitatif dapat berupa uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu keadaan, konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang menyeluruh.<sup>39</sup> Jadi metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian. Misalnya tindakan, persepsi motivasi, perilaku dan lain-lain secara holistik dan dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

---

<sup>38</sup> Sigiyono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (bandung :Alfabeta, Cetakan ke-23, 2016),2. [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id)

<sup>39</sup> I Made Laut Mertha Jaya, *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*, (yogyakarta : Anak hebat indonesia,2020),6.

Sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian yaitu berbentuk metode deskriptif. Jenis penelitian deskriptif merupakan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat, penelitian ini mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat dan tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta protes-protes yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dalam suatu fenomena.<sup>40</sup> Jadi metode deskriptif bertujuan untuk memaparkan, menggambarkan, memetakan fakta-fakta berdasarkan cara pandang atau kerangka berfikir tertentu. Metode ini berusaha menggambarkan apa adanya suatu variabel, gejala, atau keadaan yang sedang berlangsung dan efek yang terjadi atau kecenderungan yang tengah berkembang.

Oleh karena itu, sesuai dengan permasalahan yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk melakukan penelitian secara terinci dan mendalam melalui pemaparan, penggambaran, serta menemukan fakta-fakta yang terjadi mengenai Implementasi program *One Tambon One Product (OTOP)* Dalam meningkatkan volume penjualan kerajinan tangan di kabupaten Khawkrum Krabi Thailand.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian itu dilaksanakan.

Kata dilaksanakan artinya dimana peneliti melakukan pengamatan,

<sup>40</sup> Tarjo, *metode penelitian sistem 3x Baca*(Yogyakarta : Deepublish, Cetakan I 2019), 29.

wawancara atau melakukan pengukuran (tempat menyebarkan angket), sementara itu juga dapat sekaligus sebagai tempat untuk mendapatkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.<sup>41</sup>

Sedangkan lokasi penelitian yang akan dijadikan sebagai objek penelitian ini berada di kabupaten Khawkram, wilayah Krabi, Thailand. Alasan peneliti melakukan penelitian di lokasi tersebut untuk dijadikan sebagai objek penelitian dikarenakan wilayah Krabi terkenal dengan product kerajinan khususnya kain batik tangan dan juga diterapkan dengan program *One Tambon One Product (OTOP)*, maka dari itu peneliti tertarik akan melakukan penelitian di lokasi tersebut.

### C. Subyek Penelitian

Menurut Amin, Subjek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenaunya ingin diperoleh keterangan atau orang pada latar belakang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.<sup>42</sup>

Pada bagian ini dijelaskan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subyek penelitian, pencarian data dan penjarangan data sehingga validitasnya dapat dijamin.<sup>43</sup> Penentuan subyek penelitian menggunakan teknik *purposive*, yaitu teknik penentuan informan dengan

<sup>41</sup> Ahmad Tohadi, *Buku Ajar Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus* (pontianak : Tanjungpura University Prees, 2019),444.

<sup>42</sup> Fitrah, Dkk. *Metode Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi kasus* (Skabumi : CV Jejak, 2017),152.

<sup>43</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*,46-47.



pertimbangan tertentu.<sup>44</sup> Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling paham mengenai informasi terkait kerajinan tangan khususnya kain batik yang diterapkan program *One Tambon One Product (OTOP)* di Kabupaten Khawkrabi, Krabi Thailand. Berdasarkan hal tersebut maka yang menjadi subyek penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Sucha Wansuk selaku Kepala Desa Kecamatan Khawkrabi Thailand
2. Teerawat Pana selaku sekretaris Desa Kecamatan Khawkrabi Thailand
3. Nongnush selaku masyarakat anggota *One Tambon One Product (OTOP)* Kecamatan Khawkrabi Thailand
4. Kassarin Wornla Eat selaku masyarakat anggota *One Tambon One Product (OTOP)* Kecamatan Khawkrabi Thailand
5. Arinna Jennah selaku masyarakat anggota *One Tambon One Product (OTOP)* Kecamatan Khawkrabi Thailand
6. Supansa Tansi selaku masyarakat anggota *One Tambon One Product (OTOP)* Kecamatan Khawkrabi Thailand

#### **D. Teknik Pengumpulan data**

Metode pengumpulan data merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian, karena metode ini merupakan strategi untuk mendapatkan data yang diperlukan. Pilihan teknik pengumpulan data tergantung pada masalah yang akan dikaji. Demikian pula, dalam pemilihan permasalahan yang akan dikaji, peneliti hendaknya sudah memikirkan kemungkinan dapat dikumpulkannya data yang diperlukan maka peneliti tidak akan mendapatkan

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitataif dan R&D*, 95.

data yang memenuhi standar data yang sudah ditetapkan. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan cara sebagai berikut :

a. Observasi

Pengertian observasi adalah cara untuk menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilakukan dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis, terhadap berbagai fenomena yang dijadikan sasaran pengamatan.<sup>45</sup> Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Dengan metode observasi, peneliti dapat langsung mencatat setiap kejadian yang berlangsung di lapangan dan peneliti dapat langsung mendapat data dari informan yang dibutuhkan. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi untuk mengumpulkan data mengenai kondisi umum dari objek penelitian.

Adapun data yang diperoleh dari observasi ini adalah sebagai berikut :

1. Kondisi objek penelitian
2. Proses pembuatan kerajinan tangan
3. Transaksi jual beli antar konsumen dan penjual
4. Letak geografis toko yang diterapkan program *One Tambon One Product (OTOP)*

<sup>45</sup> Rina Febrina, *Evaluasi pembelajaran* (jakarta : PT Bumi Aksara, 2019),48.

b. Wawancara

Menurut Kerlinger (1992) wawancara adalah peran situasi tatap muka interpersonal di mana satu orang (interviewer), bertanya kepada satu orang yang diwawancarai, beberapa pertanyaan yang dibuat untuk mendapatkan jawaban yang berhubungan dengan masalah penelitian. Wawancara adalah interaksi paling tidak antara dua orang, satu pihak berperan dalam sebuah proses, dan satu pihak lainnya, mempengaruhi respon yang lain.<sup>46</sup>

Adapun data yang akan diperoleh dari metode wawancara ini, yaitu :

1. Mengenai Implementasi Program *One Tambon One Product (OTOP)* di Kecamatan Khawkrabi Thailand
2. Mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi volume penjualan produk *One Tambon One Product (OTOP)* di Kecamatan Khawkrabi Thailand

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>47</sup> Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.

Adapun yang akan diperoleh dari teknik ini yaitu:

<sup>46</sup> Fadhallah, *Wawancara* (Jakarta : UNJ PRESS, 2020), 1.

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 240.

1. Dokumentasi hasil kerajinan tangan masyarakat Kecamatan Khawkrabi Thailand
2. Profil Kecamatan Khawkrabi Thailand
3. Data peserta *One Tambon One Product (OTOP)*
4. Dokumentasi interaksi antara penjual dan pembeli pada program *One Tambon One Product (OTOP)*

#### **E. Analisis Data**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif.

Metode analisis data deskriptif kualitatif dilakukan melalui tiga tahap yaitu :

1. Reduksi

Reduksi data merupakan rangkuman, meneliti hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting dari tema dan polanya. Dengan

demikian data yang reduksi akan memberikan gambaran yang jelas, mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *Flowchart* dan jenisnya. Dan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data

dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

Adanya penyajian data dapat mempermudah memahami apa yang terjadi

### 3. Varifikasi

Varifikasi merupakan penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif dengan temuan-temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab fokus penelitian yang sudah dirumuskan sejak awal.

Sedangkan dalam pelaksanaan analisis data perlu adanya langkah-langkah dalam pelaksanaannya. Adapun proses analisis data kualitatif adalah sebagai berikut :

1. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumentasi pribadi, dokumentasi resmi, gambar dan sebagainya
2. Reduksi data yang telah dibaca, dipelajari dan ditelaah, dikarenakan data yang akan diperoleh akan banyak sekali jumlahnya sehingga memerlukan adanya reduksi data.
3. Menyusun data hasil reduksi ke dalam satuan-satuan
4. Penafsiran data dalam mengelola hasil sementara menjadi teori

5. Penarikan kesimpulan (penulisan lapangan hasil penelitian).

#### **F. Keabsahan Data**

Dalam penelitian kualitatif harus mengungkapkan kebenaran yang objektif. Oleh karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Melalui keabsahan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi. Adapun triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, triangulasi waktu.<sup>48</sup>

Jadi triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan kata lain dengan triangulasi, peneliti dapat merecheck temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori.

Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data, triangulasi sumber dilakukan dengan mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.

#### **G. Tahap-tahap Penelitian**

Penelitian merupakan suatu proses pencarian kebenaran ataupun pembuktian terhadap fenomena yang dihadapi dengan melalui prosedur kerja

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, Cetakan Ke 23 2016) ,273.

tertentu. Dengan kata lain penelitian adalah suatu pemikiran untuk melakukan kegiatan meneliti, mengumpulkan serta memproses fakta-fakta yang ada, sehingga kumpulan fakta-fakta tersebut dapat dikombinasikan oleh peneliti melalui tahap-tahap penelitian.

Secara garis besar penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu :

1. Tahap Pra Lapangan
  - a) Menyusun rancangan
  - b) Menentukan lokasi penelitian
  - c) Mengurus perijinan
  - d) Memilih informan
  - e) Menyusun proposal penelitian
  - f) Menjajakin dan menilai keadaan
  - g) Menyiapkan instrumen
2. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Pada tahapan ini penelitian mengadakan observasi dengan melibatkan beberapa informan untuk memperoleh data, antara lain adalah toko kerajinan yang diterapkan program *One Tambon One Product* (OTOP). Dengan beberapa tahapan, yaitu :

- a) Memahami dan memasuki lapangan
  - b) Pengumpulan data
3. Tahap Analisis Data

Tahapan analisis data merupakan tahap yang paling akhir dari sebuah penelitian. Pada tahap ini, penelitian menyusun data yang telah dianalisis dan disimpulkan dalam karya ilmiah.<sup>49</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

<sup>49</sup> Albi Anggito & Johan Setiawan, *metodelogi penelitian kualitatif* (CV Jejak :2018),165.



## BAB IV

### PEYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Objek Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Program *One Tambon One Product (OTOP)*

Program *One Tambon One Product (OTOP)* adalah kebijakan yang lahir untuk merangsang ekonomi Thailand dengan membawa kearifan warga desa di setiap provinsi yang memiliki identitas unik untuk disulap menjadi berbagai produk seperti makanan, kerajinan tangan, kerajinan keranjang, termasuk rajutan.

yang selain mendorong pemulihan ekonomi juga membantu menyebarkan budaya melalui produk Thailand. Ke mata dunia juga, saat ini ada produk *One Tambon One Product (OTOP)* yang tersedia baik di Thailand. dan di luar negeri Ini dianggap sebagai perpanjangan tangan penduduk desa untuk mengeluarkan kekuatan dari hal-hal lokal mereka sendiri. menghasilkan produk yang baik dan berkualitas.

Thailand mengambil ide pelaksanaan program *One Tambon One Product (OTOP)* dari Jepang (Oita International Center: OKI) dan menerapkannya ke Thailand. oleh pemerintah untuk membantu dalam pengetahuan modern perluasan kearifan lokal dan manajemen untuk menghubungkan produk dari masyarakat ke pasar baik dalam negeri maupun luar negeri dengan sistem toko jaringan internet Kembangkan produk dan layanan berkualitas Ini memiliki kekuatan dan nilai tambah.

*One Tambon One Product (OTOP)* adalah salah satu pendekatan. Mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat, untuk dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat menjadi lebih baik, dengan memproduksi atau mengelola sumber daya yang tersedia secara lokal menjadi produk yang berkualitas yang memiliki kekuatan uniknya sendiri sesuai dengan budaya masing-masing daerah, dan dapat dijual di pasar domestik dan internasional. Ada tiga prinsip dasar yaitu :

1. Pengetahuan Lokal ke Global (*Local Yet Global*)
2. Kemandirian dan pemikiran kreatif (*Self-Reliance-Creativity*)
3. Pengembangan Sumber Daya Manusia (*Human Resource Development*)

Kecamatan Khaw Khram terletak di Provinsi Krabi yang merupakan kecamatan yang dikelilingi oleh laut. Sebagian besar masyarakat di kecamatan ini memiliki pekerjaan utama sebagai nelayan .

Grup Batik Kecamatan Khao Khram didirikan setelah tsunami 2004, Kejadian tsunami menghancurkan harta benda alat profesi ,Termasuk menyebabkan masyarakat di desa tersebut kekurangan penghasilan karena sebagian besar penduduk desa hanya memiliki satu pekerjaan utama yaitu nelayan.

Setelah itu, instansi pemerintah datang untuk menu dan mengajari penduduk desa cara membuat kain Bangtik karena pemerintah telah meramalkan bahwa penduduk desa hanya memiliki satu sumber penghasilan utama, sehingga mereka ingin memiliki penghasilan

tambahan. ditambah fakta bahwa di Kecamatan Khao Khram ada bahan baku yang bisa digunakan untuk membuat batik. Setelah pemerintah mentransfer pengetahuan membuat batik kepada warga, tak lama kemudian warga berkumpul dalam kelompok yang lebih besar, dari 4-5 orang menjadi 30, memproduksi kain batik. dan telah terdaftar sebagai produk *One Tambon One Product (OTOP)* Kecamatan Khao Khram, sehingga menyebabkan berbagai unit mulai belajar tukar tambah ilmu hingga menyebabkan pengembangan produk mampu mendongkrak penjualan. Oleh karena itu provinsi ini dianggap sebagai produk *One Tambon One Product (OTOP)* bintang empat.<sup>50</sup>

## **B. Penyajian Data dan Analisis**

### **1. Implementasi Program *One Tambon One Produk (OTOP)* di Tambon Khawkram Krabi Thailand**

Kecamatan Khao Khram adalah sebuah kecamatan yang dikelilingi oleh laut. dan juga menonjol dalam produk batik yang merupakan produk *One Tambon One Product (OTOP)* kabupaten. Kain batik di Kecamatan Khao Khram merupakan produk yang terkenal dengan kehalusannya. Pola uniknya sendiri yang mencerminkan kearifan lokal.

Pagi itu pada tanggal 26 Mei 2022 para pengrajin yang bergabung dalam program *One Tambon One Product (OTOP)* mulai bersiap untuk bekerja. Peneliti ditemani beberapa informan mulai mendekati tempat para ibu-ibu bekerja untuk membuat kerajinan batik. Peneliti sengaja

<sup>50</sup> Nongnush, Wawancara, Khawkram, Thailand 5 juli 2022.

memperhatikan proses pembuatan batik yang dilakukan oleh para ibu-ibu. Awalnya mereka mengambil selembar kain putih kemudian dicuci hingga bersih lalu dibentangkan. Sembari menunggu kain kering ibu-ibu yang lain menyiapkan pensil 2B yang digunakan sebagai media untuk menggambar pola. Setelah kain kering, pola digambar dan diletakkan dibagian bawah bingkai kayu untuk menjiplak pola. Selanjutnya canting direndam dalam air panas dan lilin diletakkan di tepi bingkai luar. Setelah itu para pengrajin mulai menggambar garis candle sesuai pola yang tertulis kemudian dioleskan dengan natrium silikat. Pengolesan natrium silikat ini bertujuan untuk menguatkan warna agar tidak luntur, penjelasan dari para pengrajin. Setelah itu peneliti melihat proses marinasi kain dan di diamkan selama kurang lebih 6-12 jam. Setelah proses marinasi para pekerja kemudian mengangkat kain dan mencuci menggunakan deterjen hingga dibilas bersih. Langkah terakhir berdasarkan pengamatan peneliti, kain dijemur hingga kering lalu di setrika agar rapi.<sup>51</sup>

Dalam mempelajari implementasi program *One Tambon One Produk (OTOP)* di Tambon Khawkram Krabi Thailand ada beberapa tahap yaitu :

<sup>51</sup> Observasi pada saat proses pembuatan kain batik, Khawkram Thailand, 6 Juli 2022.

### 1) Komunikasi

Dalam proses ini, pemerintah harus menciptakan insentif dan pemahaman untuk mempelajari bagaimana membuat batik menjadi produk *One Tambon One Product (OTOP)*. agar menjadi salah satu cara untuk menguatkan kepada masyarakat untuk dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat di masyarakat menjadi lebih baik dengan memproduksi atau mengelola sumber daya lokal menjadi produk berkualitas dengan kekuatan uniknya sendiri sesuai dengan budaya di masing-masing daerah Dapat dijual di pasar domestik dan internasional adalah untuk menciptakan karir Menghasilkan pendapatan dari produk yang dihasilkan dari desa atau kecamatan. dengan mendukung dan mendorong masyarakat lokal untuk dapat menciptakan produk (Product) dengan kegiatan menciptakan dan mengembangkan produk untuk pemasaran, produksi, pengelolaan dan penerapan teknologi produksi untuk menjamin kualitas yang dapat diterima dan tuntutan pasar internasional. Sebagai mana dijelaskan oleh Bapak Sucha Wansuk, saat wawancara beliau menyatakan:

Setelah kejadian pada tahun 2004, masyarakat di Kecamatan Khao Khram mengalami kerusakan berat, kehilangan pekerjaan, kurangnya pendapatan, yang merupakan faktor utama dalam membesarkan keluarga mereka. Setelah itu, pemerintah mengimplementasikan kebijakan untuk membantu masyarakat Kecamatan Khao Khram dengan menciptakan pekerjaan sampingan bagi kelompok ibu-ibu dengan mengajarkan membatik kepada penduduk desa, kemudian mendaftarkan produk masyarakat Desa Khao Khram untuk

bergabung dengan program *One Tambon One Product (OTOP)*.<sup>52</sup>

Hal tersebut diperkuat oleh Bapak Teerawat Pana, saat wawancara beliau menyatakan:

Awalnya pihak pemerintah desa mendatangi rumah warga secara langsung, untuk melihat bagaimana kondisi perekonomian masyarakat desa Khao Khram. Kemudian setelah itu kami langsung memberikan arahan agar warga mengikuti program *One Tambon One Product (OTOP)* untuk menambah penghasilan agar perekonomian semakin membaik.<sup>53</sup>

Dijelaskan lagi oleh Bapak Sucha Wansuk, saat wawancara beliau menyatakan:

Besar harapan kami pada masyarakat Desa Khao Khram agar mampu meningkatkan taraf perekonomian. Setelah kami memberikan pemahaman tentang *One Tambon One Product (OTOP)*, lalu mendaftarkan produk masyarakat. Selanjutnya kami sebagai pemerintah juga menyediakan anggaran dana untuk masing-masing kelompok masyarakat agar dana tersebut digunakan untuk mengembangkan usaha tersebut.<sup>54</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dalam proses atau tahap komunikasi, pemerintah melakukan pendekatan secara langsung kepada masyarakat melalui pertemuan-pertemuan kemudian memberikan kebijakan dan bantuan dana untuk mengembangkan produk dalam *One Tambon One Product (OTOP)*.

## 2) Sumberdaya

Sumberdaya merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu masyarakat. Sumberdaya merupakan kebutuha pertama

<sup>52</sup> Sucha Wansuk, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 2 Juli 2022. [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id)

<sup>53</sup> Teerawat Pana, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 2 Juli 2022.

<sup>54</sup> Sucha Wansuk, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 2 Juli 2022.

yang harus dipenuhi oleh setiap kegiatan. Sumberdaya dalam hal ini lebih menuju kepada sumberdaya manusia, dimana tenaga dan kreatifitas manusia sangat dibutuhkan dalam menjalankan program *One Tambon One Product (OTOP)*. Dalam hal ini dijelaskan oleh Bapak Sucha Wansuk, saat wawancara beliau menyatakan :

Mayoritas yang mengikuti program *one tambon one product* ini adalah kalangan ibu-ibu yang pengangguran. Selain itu juga berasal dari kalangan menengah ke bawah atau masyarakat yang kurang mampu.<sup>55</sup>

Hal tersebut dibenarkan oleh Ibu Arinna Jennah, saat wawancara beliau menyatakan:

Saya pengangguran, suami kehilangan pekerjaan karena ada musibah. Selain itu saya juga mempunyai sedikit keahlian untuk membuat produk, salah satunya membuat kain batik. Jadi saya tertarik untuk bergabung di program *One Tambon One Product (OTOP)*.

Hal tersebut juga diperkuat oleh Ibu Nongnuch Wornla eat, saat wawancara beliau menyatakan :

Suami saya hanya petani, ekonomi kami kurang mampu sehingga saya tertarik untuk gabung di program *One Tambon One Product (OTOP)*. Awalnya saya tidak memiliki kemampuan dan tidak tau cara membuat batik. Akan tetapi saya tetap mengikuti program dan latihan yang diadakan oleh pemerintah jadi akhirnya saya bisa.<sup>56</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas anggota *One Tambon One Product (OTOP)* adalah ibu-ibu yang tidak memiliki pekerjaan atau pengangguran. Selain itu juga berasal dari masyarakat yang kurang mampu.

<sup>55</sup> Sucha Wansuk, Sucha Wansuk, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 2 Juli 2022.

<sup>56</sup> Kassarin Wornla Eat, Sucha Wansuk, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 4 Juli 2022.

### 3) Disposisi

Disposisi dalam hal merupakan sikap atau kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat di Desa Khawkrabi Thailand, dimana para anggota *One Tambon One Product (OTOP)* memiliki kemampuan untuk membuat, tidak hanya itu masyarakat yang tidak memiliki keahlian akan dibekali dan dilatih oleh pemerintah setempat melalui program pelatihan. Hal tersebut dijelaskan oleh Bapak Sucha Wansuk, saat wawancara beliau menyatakan:

Semua masyarakat yang memiliki keinginan untuk mengikuti program *One Tambon One Product (OTOP)* kami rangkul, kami beri arahan dan pelatihan. Ada sebagian masyarakat yang memang sudah memiliki keahlian jadi hanya mengembangkan tidak perlu latihan, tapi disini lain banyak masyarakat yang masih perlu dibimbing dan dilatih karena belum memiliki keahlian untuk membuat.<sup>57</sup>

Hal tersebut diperkuat oleh Ibu Arinna Jennah, saat wawancara beliau menyatakan:

Saya suka membuat sejak dulu, kalau ada waktu luang kadang latihan membuat batik secara pribadi. Kebetulan pemerintah mendaftarkan produk masyarakat kedalam *One Tambon One Product (OTOP)* jadi semangat membuat saya semakin meningkat dan memutuskan untuk bergabung dengan *One Tambon One Product (OTOP)*, sampai saat ini.<sup>58</sup>

Hal tersebut diperkuat oleh Ibu Kassarin Wornla Eat, saat wawancara beliau menyatakan:

Awalnya saya hanya ibu rumah tangga yang menganggur, kemudian pemerintah datang dan mengadakan program *One Tambon One Product (OTOP)*. Saya ikut tapi belum punya kemampuan membuat yang bagus. Jadi akhirnya pemerintah

<sup>57</sup> Sucha Wansuk, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 2 Juli 2022.

<sup>58</sup> Arinna Jennah, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 5 Juli 2022.



mengadakan program pelatihan membuat untuk meningkatkan *soft skill* dalam membuat.

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pada tahap ini pemerintah merangkul semua lapisan masyarakat, baik yang memiliki kemampuan dan yang belum memiliki kemampuan dengan mengadakan program pelatihan membuat.

#### 4) Struktur Birokrasi

Dalam tahap ini berkaitan dengan peran pemerintah dalam menjalankan program *One Tambon One Product (OTOP)* sebagai pelaksana dan pengamat sejauh mana berjalannya program *One Tambon One Product (OTOP)*. Dalam hal ini pemerintah Desa Khaokram melakukan monitoring dan pemantauan secara rutin dan terjadwal. Sebagaimana dijelaskan oleh Bapak Teerawat Pana, saat wawancara beliau menyatakan:

Untuk evaluasi dan pemantauan sejauh mana perkembangan program *One Tambon One Product (OTOP)*, biasanya kami mengadakan kunjungan resmi dan kunjungan biasa setiap dua minggu sekali. Hari pertama biasanya mengadakan rapat dengan para anggota untuk membahas program *One Tambon One Product (OTOP)*, sedangkan hari kedua biasanya kami membaur dan melihat langsung proses pembuatan batik yang dilakukan oleh masyarakat Desa Khaokram.<sup>59</sup>

Hal tersebut ditambahkan oleh Bapak Sucha Wansuk, saat wawancara beliau menyatakan:

Kalau saya biasanya mengisi rapat yang resmi atau formal, biasa sebagai kepala Desa mengisi sambutan, motivasi, dan memberi beberapa arahan kepada masyarakat, tentang

<sup>59</sup> Teerawat Pana, Khaokram Thailand, 5 Juli 2022.

bagaimana arah *One Tambon One Product (OTOP)* kedepannya.<sup>60</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa peran pemerintah sangat berpengaruh terhadap perkembangan program *One Tambon One Product (OTOP)*. Pemerintah setempat melakukan evaluasi dan pemantauan secara rutin yaitu dua kali dalam satu minggu. Dimana dalam dua kali pertemuan diisi dengan dua kegiatan yakni rapat evaluasi secara resmi dan kegiatan pemantauan pelaksanaan secara langsung atau berbaur dengan masyarakat.

## **2. Faktor yang mempengaruhi program *One Tambon One Product* dalam meningkatkan volume penjualan kerajinan tangan di Kabupaten Khawkram Krabi Thailand**

Dalam tahap ini, ada beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan kerajinan tangan di Kabupaten Lhawkram Krabi Thailand, yaitu:

### 1) Kondisi Pasar

Dalam hal ini kondisi pasar menggambarkan beberapa kegiatan berupa jenis barang yang dijual, harga dan sistem pembayaran. Sebagaimana dijelaskan oleh Supansa Tansi, saat wawancara beliau menyatakan :

Terkait barang yang dijual ada dua jenis yakni kain batik dan bingkai foto. Biasanya bingkai foto digunakan untuk souvenir atau pajangan di rumah.<sup>61</sup>

<sup>60</sup> Sucha Wansuk, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 5 Juli 2022.

Selanjutnya ditambahkan oleh Arinna Jenna, saat wawancara

beliau menyatakan:

Selanjutnya terkait harga, kami ada tiga macam barang. Pertama kain batik mahal yang murni hasil tenunan sendiri mulai dari kain dan desain. Kedua yang sedang, biasanya kainnya hasil tenunan tapi motifnya digital atau cap. Sedangkan yang murah biasanya kain yang standart dan motifnya hasil cetakan mesin bukan manual.<sup>62</sup>

Lalu ditambahkan oleh Kasaarin Wornla Eat, saat wawancara

beliau menyatakan:

Selanjutnya terkait sistem pembayaran, kami hanya menyediakan sistem pembayaran secara tunai, tidak menyediakan sistem pembayaran kredit atau sistem transfer. Bagi kami pembayaran dengan sistem tunai lebih enak dan simpel tidak ribet.<sup>63</sup>

## 2) Kemampuan Pasar

Kemampuan pasar saat ini sudah menjangkau internasional, proporsi pendapatan berasal dari pasar domestik dan Internasional. Sekitar 60% pendapatan berasal dari dalam negeri dan 40% berasal dari luar negeri.

Sebagaimana dijelaskan oleh Sucha Wansuk, saat wawancara

beliau menyatakan:

Penduduk yang berprofesi sebagai PNS kami wajibkan untuk memakai kain batik lokal, kampanye tersebut terus kami gencarkan hingga akhirnya kain batik hasil dari program *One Tambon One Product (OTOP)* memiliki pelanggan tetap dari kalangan PNS.<sup>64</sup>

<sup>61</sup> Supansa Tansi, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 5Juli 2022.

<sup>62</sup> Arinna Jenna, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 5Juli 2022. [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id)

<sup>63</sup> Kasaarin Wornla Eat, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 5Juli 2022.

<sup>64</sup> Sucha Wansuk, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 5Juli 2022.

Selanjutnya ditambahkan oleh Teerawat Pana, saat wawancara beliau menyatakan:

Selain PNS program *One Tambon One Product (OTOP)* yang dijalankan oleh pemerintah juga memiliki pangsa pasar tetap dari kalangan masyarakat baik kalangan bawah smpa kalangan atas. Selain itu juga ada pelanggan dari luar negeri yang datang berkunjung untuk mencari oleh-oleh dan membeli produk yang kami jual.<sup>65</sup>

Selanjutnya diperkuat oleh Supansha Tansi, saat wawancara beliau menyatakan:

Kalau saya lebih seneng ada tourist yang berkunjung, tidak pernah nawar harga. Belinya banyak, harganya tinggi kadang ada yang bayar lebih. Itu binus penjualan dari tourist yang berkunjung. Produk yang dibelipun yang kualitasnya tinggi, kalau batik biasanya mereka pilih yang hasil manual.<sup>66</sup>

### 3) Modal

Untuk modal usaha pada kerajinan tangan di Kecamatan Khaokharm Thailand perta,ma berawal dari dana yang dihimpun dari masyarakat sekita 80%, sedangkan 20% menggunakan dana Desa.

Kemudian dari dua sumber dana tersebut, usaha massyarakat semakin berkembang sehingga dana semakin meningkat.

Sebagaimana dijelaskan oleh Bapak Sucha Wansuk, saat wawancara beliau menyatakan:

Awal mula kerajinan tangan disini didaftarkan *One Tambon One Product (OTOP)*, modal yang kami miliki sangat minim sekali. Waktu itu menggunakan dana Desa seadanya ditambah dengan dana dari hasil iuran masyrakat terkait.<sup>67</sup>

<sup>65</sup> Teerawat Panaa, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 5Juli 2022. digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

<sup>66</sup> Supansha Tansi, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 5Juli 2022.

<sup>67</sup> Sucha Wansuk, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 5Juli 2022.

Ditambahkan oleh Bapak Teerawat Pana, saat wawancara beliau menyatakan:

Dana memang berasal dari dua sumber yaitu dana Desa dan dana iuran anggota *One Tambon One Product (OTOP)*. Awal betgabung dana kami sangat minim, tapi lambat laun usaha semakin meningkat sehingga dana juga meningkat. Produk semakin meningkat penjualannya, kemudian laba di bagi menjadi dua bagian.<sup>68</sup>

Hal tersebut diperkuat oleh Arinna Jennah, saat wawancara beliau menyatakan:

Semakin hari penjualan produk semakin meningkat, dukungan dari masyarakat sekitar dan pendatang luar negeri mampu meningkatkan volume penjualan produk kami sehingga modal usaha kami juga bertambah. Namun hasil laba dari penjualan dibagi menjadi dua bagian. Pertama diambil oleh anggota kelompok dan kedua modal dimasukkan ke dalam kas untuk dikelola lagi agar semakin berkembang.<sup>69</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa modal usaha dalam program *One Tambon One Product (OTOP)* di Desa Khaokharm Thailand berasal dari sumber yaitu dana Desa dan dana iuran anggota *One Tambon One Product (OTOP)*. Kemudian dana tersebut dikelola dan dikembangkan secara bersama atau berkelompok.

#### 4) Volume Penjualan

Dalam tahap ini menjelaskan bagaimana proses perkembangan *One Tambon One Product (OTOP)* yang berada di Desa Khaokharm Thailand. Pemerintah melakukan berbagai upaya agar

<sup>68</sup> Teerawat Pana, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 5 Juli 2022.

<sup>69</sup> Arinna Jennah, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 5 Juli 2022.

volume penjualan meningkat dan program *One Tambon One Product (OTOP)* semakin berkembang, selain yang tersebut di atas pemerintah juga melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan hasil penjualan. Lebih jelas disampaikan oleh Bapak Sucha Wansuk, saat wawancara beliau menyatakan:

Selain kondisi modal dan pasar, kami juga membimbing masyarakat untuk melakukan promosi baik secara online maupun secara offline. Kami biasanya melakukan promosi melalui media cetak, berbagai platform media online, dan membuat poster atau baliho yang dipasang di berbagai sudut Desa.<sup>70</sup>

Hal tersebut diperkuat oleh Teerawat Pana, saat wawancara beliau menyatakan:

Yang paling ampuh untuk mengejar penjualan secara lokal biasanya kami melakukan sosialisasi kepada instansi-instansi pemerintah dan bekerjasama agar mau membeli produk kami, sebagaimana dijelaskan di awal bahwa kami berhasil memiliki pelanggan tetap yakni para pegawai PNS diwajibkan untuk memakai kain batik saat bekerja dan harus membeli ditempat kami sebagai bentuk dukungan. Terbukti semakin hari dari waktu ke waktu penjualan *One Tambon One Product (OTOP)* meningkat pesat. Ditambah pelanggan dari luar negeri atau tourist.<sup>71</sup>

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor promosi juga sangat berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan kerajinan tangan program *One Tambon One Product (OTOP)*, promosi dilakukan secara gencar baik secara online maupun secara offline.

### C. Pembahasan Temuan

<sup>70</sup>Sucha Wansuk, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 5 Juli 2022.

<sup>71</sup>Teerawat Pana, *Wawancara*, Khao Khram Thailand, 5 Juli 2020.

## 1. Implementasi program *One Tambon one Produk (OTOP)* di Tambon Khawkram Krabi Thailand

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan peneliti tentang Implementasi program *One Tambon one Produk (OTOP)* di Tambon Khawkram Krabi Thailand tidak lepas dari beberapa variabel, diantaranya: komunikasi, sumberdaya, disposisi, dan struktur birokrasi.

Pertama, komunikasi. Sebagaimana dijelaskan oleh Agustino L mengutip pendapat George Edward dalam bukunya yang berjudul “Implementasi kebijakan publik dengan teorinya *Direct and Indirect on Implementaion*” Komunikasi merupakan faktor yang dianggap penting karena merupakan unsur pertama dan penentu berjalannya suatu sistem pemerintah. Apabila komunikasi sudah berjalan dengan baik maka penatan sistem akan berhasil dan komunikasi berhasil.<sup>72</sup>

Dalam kaitannya dengan komunikasi, pemerintah Kecamatan Khawkram Krabi Thaliand mengimplementasikan dengan sangat maksimal. Peran pemerintah terlihat sangat jelas, tindakan yang dilakukan dengan melakukan pendekatan kepada masyarakat secara langsung atau tatap muka untuk membicarakan masalah kebijakan *One Tambon One Product (OTOP)*, contohnya sosialisasi program secara rutin.

Kedua, sumberdaya. Sebagaimana dijelaskan oleh Agustino L mengutip pendapat George Edward dalam bukunya yang berjudul

“Implementasi kebijakan publik dengan teorinya *Direct and Indirect on Implementaion*”. Sumberdaya juga merupakan faktor yang sangat penting dimana mereka berperan sebagai tokoh utama dalam pengimplementasian program pemerintah. Dalam hal ini sumberdaya diharuskan berkualitas dan sesuai dengan keahlian.<sup>73</sup>

Dalam kaitannya dengan sumberdaya, pemerintah sudah melaksanakan sesuai aturan. Pertama merekrut ibu-ibu yang tidak memiliki pekerjaan atau biasa disebut dengan pengangguran. Kedua merekrut masyarakat yang benar-benar ingin bergabung kedalam program ini dan membutuhkan pekerjaan tambahan untuk memabntu perekonomian keluarga.

Ketiga, disposisi. Sebagaimana dijelaskan oleh Agustino L mengutip pendapat George Edward dalam bukunya yang berjudul “Implementasi kebijakan publik dengan teorinya *Direct and Indirect on Implementaion*”. Disposisi merupakan sikap dari pelaksan kebijakan.

Pelksana diharuskan tidak hanya mengetahui apa yang harus dikerjakan tapi juga harus memiliki kemampuan atau keahlian dalam melaksanakan kebijakan.<sup>74</sup>

Dalam hal ini pemerintah merangkul semua lapisan masyarakat yang memiliki keinginan untuk bergabung dalam program *One Tambon One Product (OTOP)*. Bagi pemerintah kemampuan bisa dipejari.

<sup>73</sup> Agustino L, *Implementasi kebijakan publik dengan teorinya : direct and indirect impact on implenetation*, Ibid , 149. [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id) [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id)

<sup>74</sup> Agustino L, *Implementasi kebijakan publik dengan teorinya : direct and indirect impact on implenetation*, Ibid , 149.



Pemerintah mengadakan program pelatihan bagi masyarakat yang belum memiliki keahlian membuat, sedangkan bagi yang sudah memiliki kemampuan membuat akan dijadikan mentor atau ketua pelatihan untuk mentransfer ilmunya kepada anggota yang lain.

Keempat, struktur birokrasi. Sebagaimana dijelaskan oleh Agustino L mengutip pendapat George Edward dalam bukunya yang berjudul “Implementasi kebijakan publik dengan teorinya *Direct and Indirect on Implementaion*” struktur birokrasi merupakan bagaimana sifat para pelaksana kebijakan, bagaimana kontrol dan evaluasi pemerintah terhadap suatu program yang diadakan.<sup>75</sup>

Dalam hal ini pemerintah melakukan pemantauan secara intens. Dengan melakukan sosialisasi dan rapat rutin sebanyak dua kali dalam satu minggu. Hari pertama akan rapat resmi berisi motivasi sedangkan rapat kedua lebih kepada pendampingan praktek dan evaluasi hasil penjualan produk.

## **2. Faktor-faktor yang mempengaruhi program *One Tambon one Produk (OTOP)* dalam meningkatkan volume penjualan kerajinan tangan di Kabupaten Khawkrum Krabi Thailand.**

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan peneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan volume penjualan pada kerajinan program *One Tambon one Produk (OTOP)* di Tambon

<sup>75</sup> Ibid.

Khawkram Krabi Thailand tidak lepas dari beberapa faktor, yaitu: kemampuan pasar, jenis pasar, modal, dan volume penjualan.

Pertama, kemampuan pasar. Sebagaimana dijelaskan oleh Agustino L mengutip pendapat George Edward dalam bukunya yang berjudul “Implementasi kebijakan publik dengan teorinya *Direct and Indirect on Implementaion*” dalam bukunya yang berjudul. Kemampuan pasar merupakan kondisi dimana penjual harus mampu meyakinkan pembeli agar mencapai sasaran yang diinginkan. Dalam hal ini berkaitan dengan harga produk dan sistem pembayaran.

Dalam pengaplikasian terkait kemampuan pasar, para penjual kerajinan tangan di Kecamatan Khawkhram Karabi Thaliand hanya berfokus pada penjualan satu produk yaitu batik. Batik terdiri dari dua macam yaitu batik yang dijadikan sebagai baju dan batik yang dijadikan sebagai hiasan atau souvenir.

Dari berbagai macam kerajinan batik inilah yang mampu meningkatkan volume penjualan kerajinan tangan karena minat pembeli bermacam-macam. Ada yang suka membeli batik untuk dipakai ada juga yang membeli souvenir untuk oleh-oleh.

Selanjutnya harga barang bermacam-macam mulai dari yang murah sampai yang mahal tetgantung kualitas barang yang dijual. Misalnya batik, batik yang asli tenunan manual dan lukisan manual biasanya memiliki harga yang cukup tinggi.

Kedua, kondisi pasar. Sebagaimana dijelaskan oleh Agustino L mengutip pendapat George Edward dalam bukunya yang berjudul “Implementasi kebijakan publik dengan teorinya *Direct and Indirect on Implementaion*”. Kemampuan pasar merupakan bagaimana kondisi pasar, apakah target pembeli hanya bersifat lokal atau Internasional.

Dalam hal ini 60% pembeli kerajinan tangan di Kecamatan Khawkhram Thailand adalah dari masyarakat lokal yakni golongan PNS yang diwajibkan untuk membeli produk kerajinan berupa batik, sedangkan 40% berasal dari luar negeri atau tourist yang datang untuk membeli oleh-oleh.

Dampak dari diberlakukannya kewajiban bagi para PNS untuk menjadi segmen pasar inilah yang membuat hasil penjualan meningkat dan stabil sehingga penjualan semakin meningkat ditambah pemasukan dari pelanggan asing atau tourist.

Ketiga, modal. Menurut dalam bukunya yang berjudul. Modal merupakan faktor penentu berjalannya suatu kegiatan usaha dalam hal ini berkaitan dengan kemampuan untuk memproduksi dan memasarkan produk untuk mencapai target penjualan.

Dalam kegiatan usaha kerajinan tangan pada program *One Tambon One Product* ini modal berasal dari dana desa dan sebagian juga berasal dari dana iuran masyarakat setempat. Dana tersebut kemudian di kelola secara bersama atau kelompok, kemudian hasil dari penjualan dibagi

menjadi dua, pertama dibagi kepada para kelompok pekerja, dan sisanya dikelola lagi untuk modal usaha agar usaha semakin berkembang.

Dari hasil penelitian peneliti juga menemukan bahwa para kelompok pengrajin *One Tambon One Product (OTOP)* melakukan beberapa promosi melalui media online dan offline. Media online biasanya mempromosikan melalui beberapa platform seperti facebook, whatsapp, instagram, dan website. Sedangkan untuk media offline biasanya menggunakan media cetak berupa banner, dan sosialisai secara langsung kepada masyarakat.

Faktor-faktor diatas merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lainnya. Mulai dari kemampuan pasar, kondisi pasar, modal, dan promosi sangat mempengaruhi dalam peningkatan volume penjualan kerajinan tangan di Kecamatan Khawkram Krabi Thaliand.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Implementasi program *One Tambon One Product (OTOP)* di Tambon Kecamatan Khawkhram Krabi Thailand dilaksanakan melalui beberapa indikator tahapan. Pertama, pemerintah memberikan arahan melalui sosialisasi secara intens atau komunikasi secara langsung. Kedua, sumberdaya yang dipilih untuk mengikuti program *One Tambon One Product (OTOP)* berasal dari semua kalangan tanpa pandang bulu. Ketiga, disposisi, pada tahap ini pemerintah merangkul semua lapisan masyarakat baik yang memiliki keahlian ataupun yang belum memiliki keahlian kemudian dilatih dan dibekali. Keempat, struktur birokrasi, ini dilakukan dengan cara mengadakan pertemuan secara rutin setiap dua minggu sekali untuk memantau sejauh mana perkembangan *One Tambon One Product (OTOP)*.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi volume peningkatan penjualan *One Tambon One Product (OTOP)* antara lain, harga, segmen pasar, jenis pasar, modal, dan promosi.

#### B. Saran

1. Pada tahapan sosialisasi masyarakat kurang antusias untuk mengikuti program *One Tambon One Product (OTOP)* yang diadakan oleh pemerintah, diharapkan agar masyarakat yang ikut program ini lebih



## DAFTAR PUSTAKA

- Afiani, Nurul. 2018. *Keindahan Puket LOD TOWN Sebagai Daya Tarik Wisata Heritage Di Puket*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo.
- Agustino L. 2008. *Implementasi Kebijakan Publik dengan Teorinya : Direct and Indirect Impact on Implenetation*. Bandung: Alfabeta.
- Ariyanto. 2010. *Rp1 Jutaan Keliling Thailand dalam 10 hari*. Yogyakarta: B-first.
- Augi Galasage, Vida. 2019. “*Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi Kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kota Surakarta*”. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Fadhallah. 2020. *Wawancara*. Jakarta: UNJ PRESS.
- Febrina, Rina. 2019. *Evaluasi Pembelajaran*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Firdianti, Arinda. 2018. “*Implementasi manajemen berbasis sekolah*”. Yogyakarta: CV GRE PUBLISHING.
- Fitrah. Dkk. 2017 *Metode Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Gunarianto. 2108. “*Model Pengembangan One Tambon One Product Dalam Upaya Pemberdayaan Umkm Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Siang Dan Akses Pasar Untuk Memasuki Pasar Asean Di Malang Raya*”. Malang: Universitas Widyagama, Malang.
- Gunawan S, dan John G. 2013. *Amazing Thailand*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Irawan, dan Basu Swasta. 1999. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Ismi Kurniadi, Alfa. 2017. “*Implementasi Progreem Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kota Bandung*”. Bandung: Universitas Pasundan Bandung.
- Jaya, Made Laut Mertha. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Machae, Ahma. 2016. “*Pengaruh Inovasi Produk Dan Peran Pemerintah Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus One Tambon One Product (Otop) Di Kabupaten Saiburi Provinsi Pattani Thailand)*”. Padjadjaran: Universitas Padjadjaran.

- Phiphatseritham, Kasem. 2004. *OTOP* นักผู้ชาวบ้าน นักการตลาดชุมชน. Bangkok.
- Setiawan, Johan & Albi Anggito. 2018. *Metodelogi Penelitian Kualitatif* . Sukabumi: CV Jejak.
- Sigiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Cetakan ke-23.
- Sopannah, Ana. 2021. *Isu Kotemporer Ekonomi&Bisnis*. Surabaya: Scopindo.
- Tachjan. 2006. *Implementasi Kebijakan Publik*. Bandung: APII Bandung.
- Tarjo. 2019. *Metode Penelitian Sistem 3x Baca*. Yogyakarta: Deepublish, Cetakan I.
- Tim Penyusun. 2019. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Tim Revisi IAIN Jember. 2019. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Tohadi, Ahmad. 2019. *Buku Ajar Pengantar Metodelogi Penelitian Sosial + Plus*. Pontianak: Tanjungpura University Prees.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



### Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub variabel	Indikator	Sumber data	Metode	Perumusan Masalah
IMPLEMENTASI PROGRAM OTOP ( ONE TAMBON ONE PRODUCT ) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN KERAJINAN TANGAN DI KABUPATEN KHAWKRAM KRABI THAILAND	1. Implementasi  2. Program <i>One Tambon One Product</i> (OTOP)  3. Volume	1. Komunikasi 2. Sumberdaya 3. Disposisi 4. Struktur birokrasi  1. Program <i>Tambon One Product</i> (OTOP)  1. Pengertian penjualan	1. Komunikasi 2. Sumberdaya 3. Disposisi 4. Struktur birokrasi  1. Program <i>Tambon One Product</i> (OTOP)  1. Kondisi dan Kemampuan	1. Informan : Toko yang menggunakan <i>Program One Tambon One Product</i> (OTOP)  2. Sumber data skunder : Buku-buku atau sumber yang relevan	1. Pendekatan penelitian : kualitatif 2. Jenis penelitian : <i>Field Research</i> 3. Teknik pengumpulan data : a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi  4. Teknik analisis deskriptif kualitatif : a. Reduksi data b. Penyajian data c. Penarikan kesimpulan	1. Bagaimana Implementasi Program <i>One Tambon One Product</i> (OTOP) di Tanbon Khawkram Krabi Thailand ? 2. Mengapa Program <i>One Tambon One Product</i> (OTOP) mampu meningkatkan volume penjualan kerajinan tangan

	Penjualan	2. Tujuan Penjualan 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan 4. Jenis dan bentuk penjualan	n pasar 2. Kondisi pasar 3. Modal 4. Kondisi organisasi pasar 5. Konsep penjualan		5. Uji keabsahan data : a. Triangulasi sumber. b. Tiangulasi teknik.	di kabupaten Khawkram Krabi Thailand ?
--	-----------	--	---	--	--	--

## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

### JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

#### Implementasi Program OTOP Dalam Meningkatkan Volume Pejualan Kerajinan Tangan Di Kabupaten Khawkram Krabi Thailand

Lokasi Penelitian

Khawkram Krabi Thailand

No	Hari/ Tanggal	Jenis kegiatan	TTD
1	5 Juli 2022.	Wawancara dengan bapak Sucha Wansuk,dan Arenna Jennah tentang program One Tambon One Product dapat menambah penghasilan masyarakat Khaw Krabi	
2	5 Juli 2022.	Wawancara dengan Ibu Ngongnush, bapak Sucha wansuk dan bapak Teerawat pana tentang peran pemerintah dalam menerapkan kebijakan program OTOP	
3	6 Juli 2022.	Wawancara tentang Produk yang dijual dan sistem pembayaran dengan ibu Arina Jehnah, Supansa Tamsri dan ibu Kassarin	
4	5 Juli 2022.	Wawancra dengan bapak Sucha wansuk dan bapak Teetawat tentang kemampuan pasar	
5	6 Juli 2022.	Wawancara dengan Arina jehnah tentang Modal produk OTOP	

Krabi, Thailand, 10 Maret 2022

Kepala Desa Khawkram





## SURAT SELESAI PENELITIAN

### SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sucha wansuk  
Jabatan : kepala desa Khawkram Krabi  
Alamat : 10/5 M.3 Tambon Khawkram Krabi Thailand 81000

Dengan ini menyatakan bawa mahasiswa :

Nama : Anucha Pankwan  
Nim : 20172247  
Fakultas/ Jurusan Prodi : Ekonomi dan bisnis islam/ Ekonomi Syariah  
Universitas : Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Telah selesai melakukan penelitian di toko khawkram batik krabi, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “ Implementasi Program OTOP Dalam meningkatkan Volume Penjualan Kerajinan Tangan Di Kabupaten Khawkram Krabi Thailand.”

Demikian surat keterangan ini surat keterangan ini dibuat dan dapat depergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Krabi Thailand, 10 Maret 2022

Kepala Desa Khawkram

Sucha Wansuk

## PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana implementasi program one tambon one product (OTOP) di tambon khawkram krabi thailand?
  - a) Bagaimana peran pemerintah dalam menerapkan kebijakan program (OTOP) ?
  - b) Bagaimana peran masyarakat dalam menjalankan kebijakan (OTOP) ? siapa saja masyarakat yang terlibat?
  - c) Bagaimana peran konsumen dalam (OTOP) ? Masyarakat lokal, nasional, atau internasional.?
  - d) Sejarah dan bertujuan berdirinya.?
  
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi program one tambon one product (OTOP) sehingga meningkatkan volume penjualan kerajinan tangan di kabupaten khawkram krabi thailand.?
  - a) Kemampuan pasar : barang apa yang jual di (OTOP)? Harganya bagaimana? Bagaimana sistem pembayarannya?
  - b) Jenis pasar? Lokal atau internasional? Daya belinya bagaimana? Frekuensi belinya bagaimana?
  - c) Produk buat untuk kebutuhan atau keinginan konsumen?
  - d) Modal : Modalnya pribadi atau bersama?
  - e) Apakah faktor yang menghambat berjalannya program otop?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anucha Pankwan  
Nim : E20172247  
Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah  
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri KH Ahmad Siddiq Jember  
Alamat : Jl Jumat No 10 RT 01 RW 07 Mangli Kaliwatas Jember.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Implementasi Program One Tambon One Produk (OTOP) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kerajinan Tangan Di Kabupaten Khawkrum Krabi Thailand"** secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Dengan surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Krabi Thailand, 10 Maret 2023

Saya yang menyatakan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



Anucha Pankwan  
NIM 20172247

## DOKUMEN FOTO



Wawancara dengan bu kassarini selaku masyarakat anggota *One tambon One Product (OTOP)*.



Wawancara dengan bu Nongnush selaku masyarakat anggota *One tambon One Product (OTOP)*.





Wawancara dengan bu Nongnush selaku masyarakat anggota *One tambon One Product (OTOP)*.



Wawancara dan lihat proses pembuatan batik dengan Bu Nongnush selaku masyarakat anggota *One tambon One Product (OTOP)*.



Nama : Anucha Pankwan  
Tempat, Tanggal Lahir : Krabi Thaliand, 10 September 1998  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Alamat : 43/4 M 3 T. Khawkram A. Muang J. Krabi  
Thailand 81000  
Agama : Islam

No HP : 064-1781464  
Alamat Email : [Anucharud@gmail.com](mailto:Anucharud@gmail.com)

**Riwayat Pendidikan**

MI/SD : Ban Nai Nang (2004-2011)  
SMP : Ma'had Muahidah Islamiyah (2011-2014)  
SMA/SMK : Ma'had Muahidah Islamiyah (2014-2017)  
Perguruan Tinggi : UIN KHAS Jember (2017-2022)