



MENTERI PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA

PERATURAN MENTERI PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 14 TAHUN 2021

TENTANG

PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL DAN INDUSTRI MENENGAH DI  
SENTRA IKM MELALUI *ONE VILLAGE ONE PRODUCT*

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang : a. bahwa untuk memfasilitasi pengembangan dan pemanfaatan kreativitas dan inovasi masyarakat dalam pembangunan Industri serta memberdayakan budaya Industri dan/atau kearifan lokal yang tumbuh di masyarakat dilakukan melalui pengembangan industri kecil dan industri menengah di Sentra IKM;
- b. bahwa dalam upaya meningkatkan efektivitas pengembangan industri kecil dan industri menengah di Sentra IKM perlu diterapkan pembinaan industri kecil dan industri menengah di Sentra IKM dengan karakteristik tertentu melalui *One Village One Product*;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Menteri Perindustrian tentang Pengembangan Industri Kecil dan Industri Menengah di Sentra IKM Melalui *One Village One Product*;

- Mengingat : 1. Pasal 17 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;



2. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 166, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4916);
3. Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 4, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5492) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573);
4. Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional Tahun 2015-2035 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 46, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5671);
5. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2018 tentang Pemberdayaan Industri (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 101, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6220);
6. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 17, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6619);
7. Peraturan Presiden Nomor 107 Tahun 2020 tentang Kementerian Perindustrian (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 254);
8. Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 7 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perindustrian (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 170);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN MENTERI PERINDUSTRIAN TENTANG PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL DAN INDUSTRI MENENGAH DI SENTRA IKM MELALUI *ONE VILLAGE ONE PRODUCT*.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Menteri ini yang dimaksud dengan:

1. Industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri.
2. *One Village One Product* yang selanjutnya disingkat OVOP adalah suatu pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah untuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik khas daerah dengan memanfaatkan sumber daya lokal.
3. Industri Kecil dan Industri Menengah *One Village One Product* yang selanjutnya disingkat IKM OVOP adalah perusahaan IKM yang menghasilkan komoditi yang memenuhi kriteria OVOP.
4. Sentra Industri Kecil dan Industri Menengah yang selanjutnya disebut Sentra IKM adalah sekelompok IKM dalam satu lokasi/tempat yang terdiri dari paling sedikit 5 (lima) unit usaha yang menghasilkan produk sejenis, menggunakan bahan baku sejenis, dan/atau melakukan proses produksi yang sama.
5. Menteri adalah menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perindustrian.
6. Direktur Jenderal adalah direktur jenderal yang mempunyai tugas menyelenggarakan pembinaan IKM di Kementerian Perindustrian.

7. Direktorat Jenderal adalah direktorat jenderal yang mempunyai tugas menyelenggarakan pembinaan IKM di Kementerian Perindustrian.

## BAB II

### PENGEMBANGAN IKM DI SENTRA IKM

#### Pasal 2

IKM dapat dikembangkan di Sentra IKM melalui OVOP.

#### Pasal 3

Pengembangan IKM di Sentra IKM melalui OVOP sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 bertujuan untuk:

- a. membangun kesadaran masyarakat mengenai potensi ekonomi dari kekayaan daerah yang dimiliki;
- b. mengembangkan motivasi, kreativitas dan inovasi masyarakat lokal untuk menghasilkan produk bernilai ekonomi tinggi yang bercirikan kearifan lokal; dan
- c. meningkatkan kemandirian masyarakat lokal dalam membangun ekonomi daerah sehingga mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan kesejahteraan masyarakat.

#### Pasal 4

Strategi pengembangan IKM di Sentra IKM melalui OVOP sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 dilakukan dengan:

- a. melakukan kolaborasi antara pemangku kepentingan pusat dan daerah;
- b. mengutamakan perbaikan mutu dan penampilan produk;
- c. melakukan pembinaan secara berkesinambungan; dan
- d. meningkatkan promosi dan pemasaran pada tingkat domestik baik regional maupun nasional serta tingkat global.

#### Pasal 5

Wilayah OVOP merupakan suatu wilayah dengan pengembangan potensi suatu daerah yang telah memenuhi

kriteria komoditi OVOP yang dapat diperluas sampai kecamatan atau kabupaten/kota.

### BAB III KELOMPOK KERJA OVOP

#### Pasal 6

- (1) Pengembangan IKM di Sentra IKM melalui OVOP dilaksanakan oleh kelompok kerja OVOP.
- (2) Kelompok kerja OVOP sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibentuk dan ditetapkan oleh Menteri.
- (3) Kelompok kerja OVOP sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas:
  - a. tim pengarah; dan
  - b. tim pelaksana.

#### Pasal 7

- (1) Tim pengarah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 ayat (3) huruf a bertugas untuk memberikan arahan dan petunjuk dalam penyiapan dan pelaksanaan pengembangan IKM di Sentra IKM melalui OVOP.
- (2) Tim pengarah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas unsur Kementerian Perindustrian dan perwakilan kementerian/lembaga lainnya dalam hal diperlukan.
- (3) Tim pengarah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diketuai oleh Menteri.

#### Pasal 8

- (1) Tim pelaksana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 ayat (3) huruf b bertugas menyelenggarakan pengembangan IKM di Sentra IKM melalui OVOP.
- (2) Pelaksanaan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh tim pelaksana melalui tahapan pengusulan, seleksi, penetapan, pembinaan dan evaluasi.



- (3) Tim pelaksana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas unsur Direktorat Jenderal dan perwakilan dari instansi/lembaga terkait.
- (4) Tim pelaksana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diketuai oleh Direktur Jenderal.

#### Pasal 9

- (1) Untuk kelancaran pelaksanaan tugas tim pelaksana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, ketua tim pelaksana membentuk tim sekretariat dan tim seleksi.
- (2) Tim sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berada pada Direktorat Jenderal.
- (3) Tim seleksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas unsur:
  - a. perwakilan Direktorat Jenderal;
  - b. profesional/tenaga ahli, praktisi; dan/atau
  - c. Pemerintah Provinsi pengusul IKM OVOP.

### BAB IV

#### IKM OVOP

##### Bagian Kesatu

##### Syarat, Kriteria, dan Jenis

#### Pasal 10

- (1) IKM yang dapat dikembangkan melalui OVOP harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:
  - a. menghasilkan produk yang memenuhi kriteria komoditi IKM OVOP;
  - b. merupakan penghela di Sentra IKM yang memberikan dampak yang besar terhadap ekonomi daerah;
  - c. memiliki aspek legalitas di bidang Industri; dan
  - d. diusulkan oleh dinas yang menyelenggarakan urusan Pemerintahan di bidang perindustrian di kabupaten/kota.

- (2) Kriteria komoditi IKM OVOP sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a meliputi:
- a. merupakan unggulan daerah;
  - b. memiliki keunikan, yang terdiri atas motif, desain produk, teknik pembuatan, keterampilan dan/atau bahan baku, yang berbasis pada kearifan lokal;
  - c. diutamakan berbahan baku lokal;
  - d. memiliki pasar tingkat domestik baik regional maupun nasional serta tingkat global; dan
  - e. memiliki kualitas dan diproduksi berkesinambungan.
- (3) Jenis komoditi IKM OVOP terdiri atas:
- a. makanan dan minuman;
  - b. kain tenun;
  - c. kain batik;
  - d. anyaman;
  - e. gerabah; dan/atau
  - f. jenis komoditi IKM OVOP lain yang ditetapkan oleh Menteri.
- (4) Selain persyaratan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terhadap jenis komoditi IKM OVOP makanan dan minuman sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf a harus memenuhi persyaratan berupa:
- a. memiliki izin edar produk pangan; dan
  - b. memiliki sertifikat halal.

## Bagian Kedua

### Tahapan Pengembangan IKM

#### Pasal 11

Tahapan pengembangan IKM di Sentra IKM melalui OVOP meliputi:

- a. pengusulan IKM OVOP;
- b. seleksi IKM OVOP;
- c. penetapan IKM OVOP; dan
- d. pembinaan IKM OVOP.

## Pasal 12

- (1) Pengusulan IKM OVOP sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 huruf a dilakukan oleh dinas yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perindustrian di kabupaten/kota kepada Direktur Jenderal dengan tembusan kepada dinas yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perindustrian di provinsi, bupati/walikota, dan gubernur.
- (2) Tata cara pengusulan IKM OVOP sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sebagai berikut:
  - a. IKM OVOP harus memenuhi persyaratan:
    1. Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (1); dan
    2. ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (4) dalam hal jenis komoditi IKM OVOP berupa makanan dan minuman;
  - b. surat usulan kabupaten/kota disampaikan kepada Direktur Jenderal yang ditandatangani oleh Kepala Dinas yang menyelenggarakan urusan di bidang perindustrian dengan tembusan Kepada Dinas yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perindustrian di provinsi, gubernur, dan bupati/walikota dilengkapi dengan:
    1. profil IKM OVOP sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini;
    2. profil Sentra IKM sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini;
    3. riwayat produk sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini;
    4. surat pernyataan validitas dokumen dalam rangka pengusulan IKM OVOP tercantum



- dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini;
5. hasil pengujian laboratorium yang terakreditasi untuk komoditi makanan dan minuman bahwa produk memenuhi persyaratan standar keamanan pangan yang mencakup uji organoleptik, uji cemaran mikrobiologis, uji cemaran logam, dan uji bahan tambahan pangan; dan
  6. contoh produk IKM paling sedikit 2 (dua) unit per jenis produk tunggal atau 2 (dua) set per jenis produk set dalam kondisi baik.
- c. pengusulan sebagaimana dimaksud dalam huruf b dilakukan secara daring melalui laman [ovop.kemenperin.go.id](http://ovop.kemenperin.go.id) dengan mengunggah dokumen persyaratan dan dokumen sebagaimana tercantum dalam huruf a secara lengkap dan benar.
  - d. penyampaian usulan dari Kabupaten/Kota kepada Direktur Jenderal sebagaimana dimaksud dalam huruf b dilengkapi dengan pengiriman contoh produk IKM paling sedikit 2 (dua) unit per jenis produk tunggal atau 2 (dua) set per jenis produk set dalam kondisi baik.
- (3) Surat usulan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini.
  - (4) Pengusulan IKM OVOP sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan paling lambat 3 (tiga) bulan sebelum seleksi IKM OVOP.

### Pasal 13

- (1) Seleksi IKM OVOP sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 huruf b dilakukan oleh tim sekretariat dan tim seleksi.
- (2) Tata cara seleksi IKM OVOP sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sebagai berikut:

- a. Tim sekretariat memeriksa kelengkapan dokumen sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini;
  - b. Tim seleksi melakukan penilaian terhadap usulan IKM OVOP sesuai jenis komoditi; dan
  - c. Tim seleksi menyusun berita acara seleksi IKM OVOP sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini.
- (3) Pelaksanaan penilaian sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b meliputi:
- a. aspek produksi, ketentuan spesifik produk, kualitas dan pengembangan produk dengan skor maksimal 60 (enam puluh);
  - b. aspek manajemen dan pemasaran dengan skor maksimal 25 (dua puluh lima); dan
  - c. aspek pengembangan masyarakat dan pengendalian lingkungan dengan skor maksimal 15 (lima belas).
- (4) Dalam hal penilaian produk yang memerlukan pengujian laboratorium, produk dimaksud diuji oleh laboratorium rujukan Pemerintah.
- (5) Berita acara seleksi IKM OVOP sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf c berupa rekomendasi klasifikasi IKM OVOP.
- (6) Rekomendasi klasifikasi IKM OVOP sebagaimana dimaksud pada ayat (5) dilaporkan kepada ketua tim pelaksana.
- (7) Klasifikasi IKM OVOP sebagaimana dimaksud pada ayat (5) terdiri atas:
- a. IKM OVOP Bintang 3 (tiga) memiliki skor 91 (sembilan puluh satu) sampai 100 (seratus);
  - b. IKM OVOP Bintang 2 (dua) memiliki skor 81 (delapan puluh satu) sampai 90 (sembilan puluh);
  - c. IKM OVOP Bintang 1 (satu) memiliki skor 71 (tujuh puluh satu) sampai 80 (delapan puluh);

- (8) Seleksi IKM OVOP dilakukan 2 (dua) tahun sekali.

#### Pasal 14

- (1) Penetapan IKM OVOP sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 huruf c dilakukan oleh Menteri.
- (2) Penetapan IKM OVOP dilaksanakan paling lambat 1 (satu) bulan setelah tahap seleksi.
- (3) Tata cara penetapan IKM OVOP sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan sebagai berikut:
  - a. tim pelaksana melaksanakan rapat pembahasan atas rekomendasi Tim Seleksi untuk mengusulkan penetapan IKM OVOP;
  - b. ketua tim pelaksana mengusulkan IKM OVOP kepada Menteri; dan
  - c. atas dasar usulan sebagaimana dimaksud dalam huruf b, Menteri menerbitkan Surat Keputusan tentang Penetapan IKM OVOP.

#### Pasal 15

- (1) Pembinaan IKM OVOP sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 huruf d diberikan kepada IKM OVOP yang telah ditetapkan oleh Menteri.
- (2) Pembinaan IKM OVOP dilakukan oleh Menteri, Gubernur, Bupati/Walikota sesuai dengan kewenangan masing-masing.
- (3) Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat melakukan pembinaan yang diutamakan bagi IKM OVOP Bintang 2 (dua) dan Bintang 3 (tiga).
- (4) Dalam hal diperlukan, pembinaan IKM OVOP dapat melibatkan sektor swasta dan masyarakat.

### BAB V

### PENGHARGAAN

#### Pasal 16

- (1) Bentuk Penghargaan OVOP terdiri atas:
  - a. piagam; dan

- b. penggunaan logo OVOP.
- (2) Penghargaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan kepada IKM OVOP yang telah ditetapkan oleh Menteri.
- (3) Pemberian Penghargaan OVOP sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan setiap 2 (dua) tahun.

#### Pasal 17

Logo OVOP sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf b digunakan sesuai dengan ketentuan:

- a. Logo OVOP diberikan kepada IKM OVOP yang telah ditetapkan.
- b. Logo OVOP sebagaimana dimaksud pada huruf a paling sedikit memuat klasifikasi bintang dan tahun penghargaan OVOP.
- c. Gambar dan dimensi serta warna Logo OVOP sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini.
- d. Logo OVOP dapat dicantumkan pada produk, kemasan, atau sarana promosi produk lainnya sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini.
- e. Logo OVOP yang digunakan oleh IKM OVOP dapat diletakkan, digantungkan, ditempelkan atau merupakan satu kesatuan gambar dengan label atau kemasan produk IKM OVOP bersangkutan.
- f. Logo OVOP dilarang penggunaannya pada produk IKM yang tidak atau belum mendapat Penghargaan OVOP.

## BAB VI EVALUASI

### Pasal 18

- (1) Evaluasi terhadap IKM OVOP yang telah ditetapkan oleh Menteri dilakukan oleh Menteri, gubernur, bupati/walikota sesuai dengan kewenangannya.
- (2) Evaluasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan melakukan penilaian terhadap perkembangan IKM OVOP.
- (3) Format evaluasi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini.
- (4) Hasil Evaluasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) digunakan sebagai penilaian IKM OVOP pada Seleksi IKM OVOP di periode berikutnya, yang selanjutnya diusulkan kembali dalam Penetapan IKM OVOP.
- (5) Evaluasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan 1 (satu) kali dalam 1 (satu) tahun.

## BAB VII PELAPORAN DAN PEMBIAYAAN

### Pasal 19

Pelaksanaan pengembangan IKM di Sentra IKM melalui OVOP dilaporkan pada akhir tahun oleh:

- a. Kepala dinas yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perindustrian di kabupaten/kota kepada bupati/walikota;
- b. Kepala dinas yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perindustrian di provinsi kepada gubernur; dan
- c. Direktur Jenderal kepada Menteri.

### Pasal 20

Pembiayaan pelaksanaan pengembangan IKM di Sentra IKM melalui OVOP bersumber dari Anggaran Pendapatan

dan Belanja Negara, Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, dan/atau sumber lain yang sah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 21

Peraturan Menteri ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Menteri ini dengan penempatannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 28 Mei 2021

MENTERI PERINDUSTRIAN  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

AGUS GUMIWANG KARTASASMITA

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 9 Juni 2021

DIREKTUR JENDERAL  
PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN  
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

WIDODO EKATJAHJANA

BERITA NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2021 NOMOR 664

Salinan sesuai dengan aslinya  
Sekretariat Jenderal  
Kementerian Perindustrian  
Kepala Biro Hukum,



Putra Susanto Hariyono

<http://jdih.kemenperin.go.id/>



LAMPIRAN  
PERATURAN MENTERI  
PERINDUSTRIAN REPUBLIK  
INDONESIA NOMOR 14 TAHUN  
2021  
TENTANG  
PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL  
DAN INDUSTRI MENENGAH DI  
SENTRA IKM MELALUI *ONE  
VILLAGE ONE PRODUCT*

FORMULIR DAN KETENTUAN LOGO

- I. FORMULIR PENGUSULAN IKM OVOP
  - I.1 Surat Usulan dari Dinas Kabupaten/Kota Kepada Direktur Jenderal
  - I.2 Profil IKM OVOP
  - I.3 Profil Sentra IKM
  - I.4 Riwayat Produk
  - I.5 Surat Pernyataan Validitas Dokumen Dalam Rangka Pengajuan IKM OVOP
- II. FORMULIR SELEKSI IKM OVOP
  - II.1 *Checklist* Kelengkapan Dokumen Pengusulan IKM OVOP oleh Tim Seleksi
  - II.2 Kriteria Seleksi IKM OVOP Kategori : Makanan dan Minuman
  - II.3 Kriteria Seleksi IKM OVOP Kategori : Kain Tenun
  - II.4 Kriteria Seleksi IKM OVOP Kategori : Kain Batik
  - II.5 Kriteria Seleksi IKM OVOP Kategori : Anyaman
  - II.6 Kriteria Seleksi IKM OVOP Kategori : Gerabah
  - II.7 Berita Acara Seleksi IKM OVOP
- III. FORMULIR EVALUASI IKM OVOP
- IV. KETENTUAN LOGO
  - IV.1 Logo OVOP Indonesia
  - IV.2 Penggunaan Logo OVOP Indonesia pada IKM OVOP

FORMULIR I.1

(Kop Surat Dinas Perindustrian Kabupaten/Kota)

....., .....

Nomor	:	Kepada Yth:
Lampiran	:	Direktur Jenderal Industri
Hal	:	Kecil, Menengah dan Aneka Kementerian Perindustrian

di-

Tempat

Dalam rangka pelaksanaan program pengembangan Industri Kecil dan Industri Menengah di Sentra IKM melalui OVOP sesuai dengan Peraturan Menteri Perindustrian Nomor ... Tahun ... tentang Pengembangan Industri Kecil dan Menengah di Sentra IKM Melalui *One Village One Product*, bersama ini kami mengusulkan:

1. Nama IKM :  
Nama Sentra IKM :  
Alamat Sentra IKM :  
Komoditi/Jenis Produk :  
Nama Ketua Sentra IKM :  
Nomor HP :  
Nomor SK Pendirian :  
Tahun Pendirian :
2. Nama IKM :  
Nama Sentra IKM :  
Alamat Sentra IKM :  
Komoditi/Jenis Produk :  
Nama Ketua Sentra IKM :  
Nomor HP :  
Nomor SK Pendirian :  
Tahun Pendirian :

Untuk dapat diusulkan sebagai IKM OVOP Tahun ... kepada Menteri Perindustrian dengan profil IKM OVOP, contoh produk, dan dokumen lainnya sebagaimana terlampir.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Kepala Dinas Perindustrian  
Kabupaten/Kota

.....

.....

NIP : .....

Tembusan:

1. Gubernur;
2. Bupati/Walikota ..... (sebagai Laporan);
3. Kepala Dinas Perindustrian Provinsi; dan
4. Ketua Sentra IKM .....

FORMULIR I.2

PROFIL IKM OVOP

I. INFORMASI PRODUK (\* wajib diisi)

1. Nama Produk\*) : \_\_\_\_\_
2. Merek\*) : \_\_\_\_\_
3. Kategori\*) : Makanan dan Minuman / Kain  
Tenun/ Kain Batik/ Anyaman/  
Gerabah

II. INFORMASI PERUSAHAAN (\* wajib diisi)

1. Nama Perusahaan\*) : \_\_\_\_\_
2. NPWP\*) : \_\_\_\_\_
3. Alamat/ Jalan\*) : \_\_\_\_\_
4. Kecamatan\*) : \_\_\_\_\_
5. Kabupaten\*) : \_\_\_\_\_
6. Provinsi\*) : \_\_\_\_\_
7. Telepon\*) : \_\_\_\_\_
8. Faksimili : \_\_\_\_\_
9. *E-mail* : \_\_\_\_\_
10. *Website* : \_\_\_\_\_

III. INFORMASI PENGUSAHA (\* wajib diisi)

1. Nama Pengusaha\*) : \_\_\_\_\_
2. Tempat, Tanggal Lahir\*) : \_\_\_\_\_
3. No. KTP\*) : \_\_\_\_\_
4. Alamat Rumah\*) : \_\_\_\_\_
5. Kecamatan\*) : \_\_\_\_\_
6. Kabupaten/Kota\*) : \_\_\_\_\_
7. Provinsi\*) : \_\_\_\_\_
8. Kode Pos\*) : \_\_\_\_\_
9. Telepon/ HP\*) : \_\_\_\_\_
10. Faksimili : \_\_\_\_\_
11. *E-mail* : \_\_\_\_\_
12. *Website* : \_\_\_\_\_

IV. INFORMASI PERIZINAN BERUSAHA (Fotokopi dilampirkan) (\* wajib diisi)

1. Nomor dan Tanggal\*) : \_\_\_\_\_
2. Bidang Usaha (KBLI)\*) : \_\_\_\_\_
3. Nama Instansi Penerbit Izin\*) : \_\_\_\_\_

V. SERTIFIKAT (Fotokopi dilampirkan)

(Berikan tanda V)

1. Izin edar P-IRT/ MD\*\*)
2. Halal\*\*)
3. GMP
4. HACCP
5. SNI
6. Batikmark
7. HKI (yaitu \_\_\_\_\_ )
8. ISO (yaitu \_\_\_\_\_ )
9. Lainnya (terkait standar dan sistem Manajemen mutu)


\_\_\_\_\_  
\*\*) Jenis komoditi makanan dan minuman wajib melampirkan fotokopi sertifikat

VI. INFORMASI PERKEMBANGAN USAHA 3 (TIGA) TAHUN TERAKHIR (\* wajib diisi)

No	Uraian	Tahun 20...	Tahun 20...	Tahun 20...
1.	Jumlah Tenaga Kerja Tetap (Orang)*)			
2.	Kapasitas Produksi (Unit)*)			
3.	Nilai Penjualan:*)			
	a. Dalam Negeri (Rp. Juta)			
	b. Luar Negeri (US \$ 000)			
4.	Nilai Bahan Baku dan Bahan Penolong (Rp. Juta)*)			
5.	Nilai Tambah Produk (Rp. Juta)*)			
6.	Kemitraan:			
	♦ Jumlah mitra usaha			
	♦ Nilai kemitraan (Rp. Juta)			

VII. INFORMASI TENAGA KERJA (\* wajib diisi)

No	Latar Belakang Pendidikan	Jumlah (Orang)	Keterangan (Tetap/Tidak Tetap)
1	SD – SMP		
2	SLTA		
3	S1		
4	S2 – S3		
TOTAL			

\*\*) Melampirkan struktur organisasi tenaga kerja jika ada

VIII. INFORMASI BAHAN BAKU DAN/ATAU BAHAN PENOLONG (UNTUK PRODUKSI 1 TAHUN TERAKHIR) (\* wajib diisi)

No	Nama Bahan Baku/ Bahan Penolong	Sumber **)	Volume	Nilai (Rp. Juta)

\*\*) Sumber diisi dengan lokal (kab/kota); dalam negeri; atau impor

IX. INFORMASI MESIN DAN/ATAU PERALATAN (\* wajib diisi)

No	Nama Mesin/ Peralatan	Jumlah (Unit)	Nilai Perolehan (Rp. Juta)	Kondisi (Baik/Rusak)

X. INFORMASI PERMODALAN USAHA (\* wajib diisi)

(Berikan tanda V)

- |                            |                          |
|----------------------------|--------------------------|
| 1. 100% Modal Sendiri      | <input type="checkbox"/> |
| 2. Sebagian pinjaman       |                          |
| a. Kredit Bank yaitu _____ | <input type="checkbox"/> |
| b. Kemitraan dengan _____  | <input type="checkbox"/> |

XI. PERMASALAHAN DALAM USAHA IKM

_____
_____
_____



Informasi diatas disampaikan dengan sebenar-benarnya.

....., tanggal...bulan...tahun...

Pimpinan/Penanggun jawab perusahaan,

(.....)

FORMULIR I.3

PROFIL SENTRA IKM

I. UMUM (Dicoret yang tidak sesuai)

1.	Nama Sentra IKM	:	
2.	Alamat Sentra IKM	:	
3.	Nama Ketua Sentra IKM / Penanggung Jawab	:	
4.	Alamat Ketua Sentra IKM	:	
5.	No. Telp/HP/E-mail	:	
6.	Tahun Pendirian	:	
7.	Lokasi Sentra IKM	:	Berada / Tidak berada dalam Tata Ruang untuk Industri
8.	Komoditi/Jenis Produk	:	
9.	Luas Sentra IKM	:	
10.	Jumlah IKM dalam Sentra IKM	:	

II. KELEMBAGAAN SENTRA IKM (Dicoret yang tidak sesuai)

1.	Nama Organisasi	:	
2.	Alamat	:	
3.	Status Badan Hukum (jika ada) <sup>*)</sup>	:	
4.	No. Surat Pengesahan Sentra IKM <sup>*)</sup>	:	
5.	Struktur Kepengurusan Sentra IKM	:	Ada / Tidak ada
6.	No. Surat Pengesahan Kepengurusan Sentra IKM <sup>*)</sup>	:	

<sup>\*)</sup> Fotokopi dilampirkan

III. SARANA DAN PRASARANA SENTRA IKM (Dicoret yang tidak sesuai)

1.	Transportasi umum	:	Ada / Tidak Tersedia
2.	Jaringan jalan dalam Sentra IKM	:	Jalan Desa / Kabupaten / Provinsi / Nasional
3.	Saluran	:	Baik / Kurang baik / Tidak ada

	telekomunikasi		
4.	Jaringan listrik	:	Ada / Kurang berfungsi / Tidak ada
5.	Kantor Sentra IKM	:	Ada / Kurang berfungsi / Tidak ada
6.	Gedung UPT	:	Ada / Kurang berfungsi / Tidak ada
7.	Ruang promosi	:	Ada / Kurang berfungsi / Tidak ada
8.	Gudang bahan baku/bahan penolong	:	Ada / Kurang berfungsi / Tidak ada
9.	IPAL	:	Ada / Kurang berfungsi / Tidak ada
10.	Papan nama Sentra IKM	:	Ada / Tidak Tersedia

#### IV. KEUNIKAN PRODUK (\*wajib diisi)

Dijelaskan pada aspek apa produk tersebut dinilai mempunyai keunikan (aspek bahan baku, proses produksi, motif/desain, teknik produksi, dan/atau keterampilan) dan dijelaskan riwayat asal keunikan produk. (dilampirkan dokumentasi foto atau tulisan)

1.	Bahan baku	:	
2.	Proses produksi	:	
3.	Motif/desain	:	
4.	Teknik produksi	:	
5.	Keterampilan	:	

#### V. DATA SENTRA IKM 3 (TIGA) TAHUN TERAKHIR (\*wajib diisi)

No	Uraian	Tahun 20....	Tahun 20....	Tahun 20....
1.	Jumlah unit usaha (Unit)			
2.	Jumlah tenaga kerja (Orang)			
3.	Kapasitas produksi (Unit)			
4.	Nilai produksi (Rp. Juta)			
5.	Nilai penjualan			
	a. Dalam Negeri (Rp. Juta)			
	b. Ekspor (US \$ 000)			
6.	Nilai bahan baku dan bahan penolong (Rp. Juta)			

VI. PEMBINAAN DARI INSTANSI TERKAIT LAINNYA

No	Nama Instansi	Bentuk Pembinaan	Tahun	Keterangan
1.				
2.				
3.				

VII. LAYANAN SENTRA IKM TERHADAP ANGGOTA

1.	Bahan baku/ bahan penolong	:	
2.	Teknis produksi	:	
3.	Pemasaran/ promosi	:	
4.	Keuangan	:	
5.	Tenaga kerja	:	

VIII. DAFTAR ANGGOTA SENTRA IKM (Wajib diisi)

No.	Nama Perusahaan IKM	Nama Pemilik	Alamat	Nomor Telepon/ HP
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
Dst				

IX. PERMASALAHAN SENTRA IKM

----------------------

Mengetahui,  
Kepala Dinas Perindustrian  
Kabupaten/Kota

.....

....., .....  
Ketua Sentra IKM,

.....  
NIP : .....

FORMULIR I.4

RIWAYAT PRODUK

Berisi penjelasan sebagai berikut:

1. pada aspek apa produk dinilai mempunyai keunikan yang berbasis pada kearifan lokal (aspek motif, desain produk, teknik pembuatan, keterampilan dan/atau bahan baku); dan
2. riwayat asal keunikan produk (dilampirkan dokumentasi foto atau tulisan).

- a. Motif :
- b. Desain Produk :
- c. Teknik Pembuatan :
- d. Keterampilan :
- e. Bahan Baku :

Mengetahui,  
Kepala Dinas Perindustrian  
Kabupaten/Kota

.....

....., ...-...- ...  
Pimpinan/Penanggung jawab  
perusahaan,

.....

NIP : .....

.....

FORMULIR I.5

<p>(Kop Surat)</p> <p><b>SURAT PERNYATAAN</b></p> <p><b>Validitas Dokumen Dalam Rangka Pengajuan IKM OVOP</b></p>	
<p>Saya yang bertanda tangan dibawah ini:</p>	
N a m a	.....
NIP	.....
Jabatan	Kepala Dinas (Kabupaten/Kota) .....
<p>Menyatakan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. dokumen yang diunggah sebagai pemenuhan persyaratan dalam rangka pengajuan IKM OVOP adalah valid dan telah diverifikasi kebenarannya; dan</li><li>2. apabila di kemudian hari terdapat dokumen yang tidak valid atau terbukti tidak benar, bersedia menerima sanksi berupa .....</li></ol> <p>Demikian Surat Pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.</p>	
<p>....., ... - ... - ...</p> <p>Kepala Dinas Perindustrian</p> <p>Kabupaten/Kota .....</p> <p>Ttd &amp; Cap</p> <p>.....</p> <p>NIP.....</p>	



FORMULIR II.1

**CHECKLIST KELENGKAPAN DOKUMEN PENGUSULAN IKM OVOP**

Nama IKM OVOP :

Nama Produk :

Kabupaten/Kota :

Provinsi :

Kategori : Makanan dan Minuman / Kain Tenun/ Kain Batik/  
Anyaman/ Gerabah

NO.	URAIAN	ADA/TIDAK ADA	KEBENARAN DOKUMEN
A	PERSYARATAN UMUM		
1.	Perizinan Berusaha bidang Industri (IUI/TDI/IUMK/NIB)		
2.	Surat Usulan dari Dinas Kab/Kota kepada Direktur Jenderal		
B	PERSYARATAN KHUSUS KOMODITI MAKANAN DAN MINUMAN		
3.	Ijin edar Produk Industri Rumah Tangga (P-IRT) atau Makanan Dalam Negeri (MD)		
4.	Sertifikat Halal		
5.	Hasil pengujian laboratorium yang terakreditasi bahwa produk memenuhi persyaratan standar keamanan pangan yang mencakup uji organoleptik, uji cemaran mikrobiologis, uji cemaran logam, dan uji bahan tambahan pangan		
C	DOKUMEN PENGUSULAN		
6.	Surat Pernyataan Validitas Dokumen dalam Rangka Pengajuan IKM OVOP		
7.	Profil IKM OVOP (dilengkapi lampiran fotokopi yang diperlukan)		
8.	Profil Sentra IKM (dilengkapi lampiran fotokopi yang diperlukan)		
9.	Riwayat Produk (dilengkapi dokumentasi foto atau tulisan)		
10.	Contoh produk IKM paling sedikit 2 (dua) unit per jenis produk tunggal atau 2 (dua) set per jenis produk set dalam kondisi baik		

....., ... - ... - ...

Ketua Tim Seleksi,

.....  
<http://jdih.kemenperin.go.id/>

FORMULIR II.2

KRITERIA SELEKSI IKM OVOP  
KATEGORI : MAKANAN DAN MINUMAN

Nama IKM : .....

Nama Produk : .....

Merek : .....

Bagian A: ASPEK PRODUKSI, KETENTUAN SPESIFIK PRODUK, KUALITAS  
DAN PENGEMBANGAN PRODUK

	Jumlah	60 Skor
I. Aspek Produksi		15 Skor
1.1 Sumber Bahan Baku Utama		4 Skor
(Bahan baku yang mencirikan produk tersebut)		
<input type="checkbox"/> Bahan baku lokal (Kab/Kota) $\leq$ 60%		1 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku lokal (Kab/Kota) 61% - 90%		2 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku lokal (Kab/Kota) $>$ 90%		4 Skor
1.2 Kapasitas Produksi (3 tahun terakhir)		4 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak ada peningkatan jumlah produksi		1 Skor
<input type="checkbox"/> Peningkatan jumlah produksi $<$ 30%		2 Skor
<input type="checkbox"/> Peningkatan jumlah produksi $\geq$ 30%		4 Skor
1.3 Nilai Tambah Produk (Nilai jual produk – Nilai bahan baku)	4 Skor	
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produk $\leq$ 20 %		1 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produk 21 - 60 %		2 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produk 60 %		4 Skor
1.4 Konsistensi Kuantitas dan Kualitas Produk		3 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama		1 Skor
<input type="checkbox"/> Dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas hampir sama		2 Skor
<input type="checkbox"/> Dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama		3 Skor
II. Aspek Spesifikasi dan Riwayat Produk		15 Skor
2.1 Keunikan Produk		5 Skor

<input type="checkbox"/>	Produk tidak memiliki keunikan	0 Skor
<input type="checkbox"/>	Produk memiliki keunikan tetapi masih bersifat umum	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Produk memiliki keunikan dan menunjukkan identitas kearifan lokal	5 Skor
2.2	Riwayat Produk	5 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai riwayat produk, tetapi tidak terdokumentasi	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai riwayat produk dan terdokumentasi	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai riwayat produk, terdokumentasi, dan dipublikasikan	5 Skor
2.3	Kearifan Lokal	5 Skor
<input type="checkbox"/>	Asli kearifan lokal	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Asli kearifan lokal dan dikembangkan	5 Skor
III.	Aspek Kualitas Produk	20 Skor
3.1.	Penerapan GMP	10 Skor
<input type="checkbox"/>	Telah mengikuti pelatihan GMP tetapi belum menerapkan	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Telah mengikuti pelatihan GMP dan menerapkan sebagian	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Telah mengikuti pelatihan GMP dan menerapkan penuh	5 Skor
<input type="checkbox"/>	Telah memiliki sertifikat GMP tetapi menerapkan sebagian	7 Skor
<input type="checkbox"/>	Telah memiliki sertifikat GMP dan menerapkan penuh	10 Skor
3.2.	Peralatan	5 Skor
<input type="checkbox"/>	Peralatan manual	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Peralatan semi otomatis	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Peralatan modern	5 Skor
3.3.	Standar	5 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak mempunyai standar	0 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai standar perusahaan (SOP)	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai standar perusahaan (SOP) & memenuhi SNI	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai standar perusahaan & memenuhi SNI dan standar internasional	5 Skor

IV. Aspek Pengembangan Produk	10 Skor
4.1 Pengembangan Produk	2 Skor
<input type="checkbox"/> Diproduksi sesuai aslinya (tidak ada pengembangan)	0 Skor
<input type="checkbox"/> Melakukan pengembangan dan inovasi produk namun tidak meninggalkan kearifan lokalnya	2 Skor
4.2 Kemasan dan Label	5 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak mempunyai kemasan dan label	0 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai kemasan sederhana	1 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai kemasan yang menarik, namun belum sesuai dengan ketentuan label	3 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai kemasan menarik dan telah sesuai dengan ketentuan label	5 Skor
4.3 Merek	3 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak mempunyai merek	0 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai merek namun belum didaftarkan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual	1 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai merek dan telah terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual	3 Skor
Total Nilai Bagian A	... Skor

#### Bagian B: ASPEK MANAJEMEN DAN PEMASARAN

	Jumlah	25 Skor
I. Aspek Manajemen		10 Skor
1.1. Struktur Organisasi		5 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak ada struktur organisasi		0 Skor
<input type="checkbox"/> Ada struktur organisasi tanpa pembagian tugas yang jelas		2 Skor
<input type="checkbox"/> Ada struktur organisasi dengan pembagian tugas yang jelas		5 Skor
1.2. Pembukuan		5 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak ada pembukuan		0 Skor
<input type="checkbox"/> Pembukuan sederhana		2 Skor
<input type="checkbox"/> Pembukuan dengan mengikuti sistem akuntansi		5 Skor

II. Aspek Pemasaran	15 Skor
2.1. Tujuan Pasar	3 Skor
<input type="checkbox"/> Pasar lokal (dalam provinsi)	1 Skor
<input type="checkbox"/> Pasar nasional (antar provinsi)	2 Skor
<input type="checkbox"/> Pasar internasional	3 Skor
2.2. Peningkatan Omzet Penjualan (3 tahun terakhir)	3 Skor
<input type="checkbox"/> Kenaikan $\leq 25\%$	1 Skor
<input type="checkbox"/> Kenaikan 26 – 50%	2 Skor
<input type="checkbox"/> Kenaikan $> 50\%$	3 Skor
2.3. Pelanggan	3 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tidak tetap	1 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tetap	2 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tetap dan meningkat (dibandingkan tahun sebelumnya)	3 Skor
2.4. Promosi	3 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak ada promosi	0 Skor
<input type="checkbox"/> Ada promosi, hanya sewaktu-waktu	2 Skor
<input type="checkbox"/> Ada promosi secara tetap	3 Skor
2.5. Metode Pemasaran	3 Skor
a. Pemasaran dilakukan sendiri (konvensional)	
b. Pemasaran dilakukan dengan menggunakan agen/distributor	
c. Pemasaran dilakukan secara online	
<input type="checkbox"/> Melakukan 1 faktor	1 Skor
<input type="checkbox"/> Melakukan 2 faktor	2 Skor
<input type="checkbox"/> Melakukan 3 faktor	3 Skor

Total Nilai Bagian B ...Skor

**Bagian C: ASPEK PENGEMBANGAN MASYARAKAT DAN PENGENDALIAN LINGKUNGAN**

	Jumlah	15 Skor
I. Aspek Pengembangan Masyarakat		10 Skor
1.1. Sumberdaya Manusia/Ketenagakerjaan		3 Skor
<input type="checkbox"/> Sumberdaya Manusia lokal $< 60\%$		1 Skor
<input type="checkbox"/> Sumberdaya Manusia lokal 60-90%		2 Skor
<input type="checkbox"/> Sumberdaya Manusia lokal $> 90\%$		3 Skor

1.2. Keberadaan Perusahaan di Sentra IKM	2 Skor
<input type="checkbox"/> Kurang dari 3 tahun	1 Skor
<input type="checkbox"/> 3 tahun atau lebih	2 Skor
1.3. Peran dalam Kelompok	2 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak menjadi anggota kelompok	0 Skor
<input type="checkbox"/> Sebagai anggota kelompok	1 Skor
<input type="checkbox"/> Sebagai pengurus kelompok	2 Skor
1.4. Partisipasi Masyarakat	3 Skor
a. Memberikan manfaat dalam bentuk ilmu kepada masyarakat (pelatihan, pendampingan, pemagangan)	
b. Memberikan manfaat dalam bentuk sebagian keuntungan kepada masyarakat	
<input type="checkbox"/> Berpartisipasi 1 faktor	1 Skor
<input type="checkbox"/> Berpartisipasi 2 faktor	3 Skor
II. Aspek Pengendalian Lingkungan	5 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak memperhatikan dampak terhadap lingkungan	0 Skor
<input type="checkbox"/> Produksi tidak berdampak terhadap lingkungan	2 Skor
<input type="checkbox"/> Produksi berdampak terhadap lingkungan tetapi terdapat pengendalian	3 Skor
<input type="checkbox"/> Produksi berdampak terhadap lingkungan, terkendali dan dilakukan pemanfaatan limbah	5 Skor
Total Nilai Bagian C	... Skor

Hasil Penilaian:	
Total Nilai (Bagian A+B+C) .....	Skor
Tingkatan Produk.....	Bintang

Komentar dan rekomendasi bagi IKM:

.....

.....

Tanda tangan

(.....)

Tempat .....

Tanggal ... Bulan... Tahun...



FORMULIR II.3

KRITERIA SELEKSI IKM OVOP

KATEGORI : KAIN TENUN

Nama IKM : .....

Nama Produk : .....

Merek : .....

Bagian A: ASPEK PRODUKSI, KETENTUAN SPESIFIK PRODUK, KUALITAS  
DAN PENGEMBANGAN PRODUK

	Jumlah	60 Skor
I. Aspek Produksi		15 Skor
1.1. Sumber Bahan Baku Utama		3 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku utama impor		1 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku utama dalam negeri		2 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku utama lokal (kabupaten/kota)		3 Skor
1.2. Kapasitas Produksi (3 Tahun Terakhir)		4 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak ada peningkatan kapasitas produksi		1 Skor
<input type="checkbox"/> Peningkatan kapasitas produksi < 30%		2 Skor
<input type="checkbox"/> Peningkatan kapasitas produksi ≥ 30%		4 Skor
1.3. Nilai Tambah Produk (Nilai jual produk – Nilai bahan baku)		4 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produk ≤ 20 %		1 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produk 21 - 60 %		2 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produk > 60 %		4 Skor
1.4. Kelengkapan Proses		4 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak melakukan penghanian dan pencelupan benang		1 Skor
<input type="checkbox"/> Melakukan salah satu kegiatan penghanian/pencelupan benang		2 Skor
<input type="checkbox"/> Memiliki proses yang lengkap		4 Skor
II. Aspek Spesifikasi dan Riwayat Produk		20 Skor
2.1 Karakteristik Kearifan Lokal dan Fungsi Guna Produk		5 Skor
<input type="checkbox"/> Produk merupakan hasil kearifan lokal		2 Skor
<input type="checkbox"/> Produk memiliki fungsi guna yang tinggi		3 Skor
<input type="checkbox"/> Produk merupakan hasil kearifan lokal dan memiliki fungsi guna yang tinggi		5 Skor
2.2 Penggunaan Zat Pewarna Benang/Kain pada Mayoritas		

Produk	5 Skor
<input type="checkbox"/> Menggunakan zat pewarna sintetis	1 Skor
<input type="checkbox"/> Menggunakan kombinasi zat pewarna sintetis dan alam	3 Skor
<input type="checkbox"/> Menggunakan zat pewarna alam seluruhnya	5 Skor
2.3 Riwayat Produk	5 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk, tetapi tidak terdokumentasi	1 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk dan terdokumentasi	3 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk, terdokumentasi, dan dipublikasikan	5 Skor
2.4 Kearifan Lokal	5 Skor
<input type="checkbox"/> Teknik produksi maupun motif tidak asli dari daerah yang bersangkutan	0 Skor
<input type="checkbox"/> Teknik produksi dari daerah yang bersangkutan, motif dari daerah lain	2 Skor
<input type="checkbox"/> Teknik produksi dan motif yang dikembangkan asli daerah yang bersangkutan	5 Skor
III. Aspek Kualitas Produk	15 Skor
3.1 Aspek Kualitas Produk (Bisa lebih dari 1 faktor)	15 Skor
<input type="checkbox"/> Warna tidak luntur terhadap cucian	3 Skor
<input type="checkbox"/> Struktur/konstruksi, motif konsisten tanpa cacat dan noda	3 Skor
<input type="checkbox"/> Pinggir kain halus/lebar kain konsisten	3 Skor
<input type="checkbox"/> Benang sesuai karakteristik dari produk yang akan ditenun	3 Skor
<input type="checkbox"/> Memiliki stabilitas dimensi kain yang baik (produk akhir)	3 Skor
IV. Aspek Pengembangan Produk	10 Skor
4.1 Pengembangan Model/Desain Produk	3 Skor
<input type="checkbox"/> Dikembangkan dari produk produsen lain	1 Skor
<input type="checkbox"/> Dikembangkan dari konsep kelompok	2 Skor
<input type="checkbox"/> Dikembangkan berdasarkan peluang pasar	3 Skor
4.2 Inovasi dan Kreativitas Produk	3 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak ada inovasi dan kreativitas	0 Skor
<input type="checkbox"/> Ada inovasi dan kreativitas	2 Skor
<input type="checkbox"/> Ada inovasi, kreativitas, dan diversifikasi (fungsi kain)	3 Skor
4.3 Kemasan dan Label	2 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak menggunakan kemasan	0 Skor

<input type="checkbox"/>	Menggunakan kemasan namun tidak berlabel	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Menggunakan kemasan dan berlabel	2
	Skor	
4.4	Merek	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak mempunyai merek	0 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai merek namun belum didaftarkan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai merek dan telah terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual	2 Skor
Total Nilai Bagian A		... Skor
Bagian B: ASPEK MANAJEMEN DAN PEMASARAN		
	Jumlah	25 Skor
I.	Aspek Manajemen	10 Skor
1.1.	Struktur Organisasi	5
	Skor	
<input type="checkbox"/>	Tidak ada struktur organisasi	0 Skor
<input type="checkbox"/>	Ada struktur organisasi tanpa pembagian tugas yang jelas	2
	Skor	
<input type="checkbox"/>	Ada struktur organisasi dengan pembagian tugas yang jelas	5 Skor
1.2.	Pembukuan	5 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak ada pembukuan	0 Skor
<input type="checkbox"/>	Pembukuan sederhana	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Pembukuan dengan mengikuti sistem akuntansi	5 Skor
II.	Aspek Pemasaran	15 Skor
2.1.	Tujuan Pasar	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Pasar lokal (dalam provinsi)	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Pasar nasional (antar provinsi)	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Pasar internasional	3 Skor
2.2.	Peningkatan Omzet Penjualan (3 tahun terakhir)	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Kenaikan $\leq 25\%$	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Kenaikan 26 – 50%	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Kenaikan $> 50\%$	3 Skor
2.3.	Pelanggan	3 Skor

<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tidak tetap	1 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tetap	2 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tetap dan meningkat (dibandingkan tahun sebelumnya)	3 Skor
2.4. Promosi	3 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak ada promosi	0 Skor
<input type="checkbox"/> Ada promosi, hanya sewaktu-waktu	2 Skor
<input type="checkbox"/> Ada promosi secara tetap	3 Skor
2.5. Metode Pemasaran	3 Skor
a. Pemasaran dilakukan sendiri (konvensional)	
b. Pemasaran dilakukan dengan menggunakan agen/distributor	
c. Pemasaran dilakukan secara online	
<input type="checkbox"/> Melakukan 1 faktor	1 Skor
<input type="checkbox"/> Melakukan 2 faktor	2 Skor
<input type="checkbox"/> Melakukan 3 faktor	3 Skor
Total Nilai Bagian B	... Skor

**Bagian C: ASPEK PENGEMBANGAN MASYARAKAT DAN PENGENDALIAN LINGKUNGAN**

	Jumlah	15 Skor
I. Aspek Pengembangan Masyarakat		10 Skor
1.1. Sumberdaya Manusia/Ketenagakerjaan		3 Skor
<input type="checkbox"/> Sumberdaya Manusia lokal < 60%		1 Skor
<input type="checkbox"/> Sumberdaya Manusia lokal 60 - 90%		2 Skor
<input type="checkbox"/> Sumberdaya Manusia lokal > 90%		3 Skor
1.2. Keberadaan Perusahaan di Sentra IKM		2 Skor
<input type="checkbox"/> Kurang dari 3 tahun		1 Skor
<input type="checkbox"/> 3 tahun atau lebih		2 Skor
1.3. Peran dalam Kelompok		2 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak menjadi anggota kelompok		0 Skor
<input type="checkbox"/> Sebagai anggota kelompok		1 Skor
<input type="checkbox"/> Sebagai pengurus kelompok		2 Skor
1.4. Partisipasi Masyarakat		3 Skor
a. Memberikan manfaat dalam bentuk ilmu kepada masyarakat (pelatihan, pendampingan, pemagangan)		

b. Memberikan manfaat dalam bentuk sebagian keuntungan kepada masyarakat

☐ Berpartisipasi 1 faktor 1 Skor

☐ Berpartisipasi 2 faktor 3 Skor

II. Aspek Pengendalian Lingkungan 5 Skor

☐ Tidak memperhatikan dampak terhadap lingkungan 0 Skor

☐ Produksi tidak berdampak terhadap lingkungan 2 Skor

☐ Produksi berdampak terhadap lingkungan tetapi terdapat pengendalian limbah 3 Skor

☐ Produksi berdampak terhadap lingkungan, terkendali dan dilakukan pemanfaatan limbah 5 Skor

Total Nilai Bagian C ... Skor

Hasil Penilaian:

Total Nilai (Bagian A+B+C) ..... Skor

Komentar dan rekomendasi bagi IKM:

.....  
.....

Tanda tangan

(.....)

Tempat .....

Tanggal ..... Bulan..... Tahun.....



FORMULIR II.4

KRITERIA SELEKSI IKM OVOP

KATEGORI : KAIN BATIK

Nama IKM : .....  
Nama Produk : .....  
Merek : .....

Bagian A: ASPEK PRODUKSI, KETENTUAN SPESIFIK PRODUK, KUALITAS  
DAN PENGEMBANGAN PRODUK

	Jumlah	60	Skor
I. Aspek Produksi			15 Skor
1.1. Sumber Bahan Baku Utama			3 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku utama impor			1 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku utama dalam negeri			2 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku utama lokal (kabupaten/kota)			3 Skor
1.2. Kapasitas Produksi (3 Tahun Terakhir)			4 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak ada peningkatan kapasitas produksi			1 Skor
<input type="checkbox"/> Peningkatan kapasitas produksi < 50%			2 Skor
<input type="checkbox"/> Peningkatan kapasitas produksi ≥ 50%			4 Skor
1.3. Nilai Tambah Produk (Nilai jual produk – Nilai bahan baku)			4 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produk ≤ 40 %			1 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produk 41 - 80%			2 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produk > 80%			4 Skor
1.4. Kelengkapan Proses			4 Skor
<input type="checkbox"/> Sebagian besar proses dilakukan di luar perusahaan			1 Skor
<input type="checkbox"/> Sebagian besar proses dilakukan di dalam perusahaan			2 Skor
<input type="checkbox"/> Seluruh proses dilakukan di dalam perusahaan			4 Skor
II. Aspek Spesifikasi dan Riwayat Produk			20 Skor
2.1. Karakteristik Kearifan Lokal dan Fungsi Guna Produk			3 Skor
<input type="checkbox"/> Produk merupakan hasil kearifan lokal			1 Skor
<input type="checkbox"/> Produk memiliki fungsi guna yang tinggi			2 Skor
<input type="checkbox"/> Produk merupakan hasil kearifan lokal dan memiliki fungsi guna yang tinggi			3 Skor
2.2. Penggunaan Zat Pewarna Kain pada Mayoritas Produk			3 Skor
<input type="checkbox"/> Menggunakan zat pewarna sintetis			1 Skor

<input type="checkbox"/> Menggunakan kombinasi zat pewarna sintetis dan alam	2 Skor
<input type="checkbox"/> Menggunakan zat pewarna alam seluruhnya	3 Skor
2.3. Standar (Bisa lebih dari 1 faktor)	6 Skor
<input type="checkbox"/> Menerapkan standar perusahaan (SOP)	1 Skor
<input type="checkbox"/> Menerapkan Batikmark	2 Skor
<input type="checkbox"/> Menerapkan SNI	3 Skor
2.4. Riwayat Produk	4 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk, tetapi tidak terdokumentasi	1 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk dan terdokumentasi	2 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk, terdokumentasi, dan dipublikasikan	4 Skor
2.5. Kearifan Lokal	4 Skor
<input type="checkbox"/> Teknik produksi maupun motif tidak asli dari daerah yang bersangkutan	0 Skor
<input type="checkbox"/> Teknik produksi dari daerah bersangkutan, motif dari daerah lain	2 Skor
<input type="checkbox"/> Teknik produksi dan motif yang dikembangkan asli daerah yang bersangkutan	4 Skor
III. Aspek Kualitas Produk	15 Skor
3.1. Proses Pembuatan Motif pada Mayoritas Produk	3 Skor
<input type="checkbox"/> Cap	1 Skor
<input type="checkbox"/> Kombinasi (cap + tulis)	2 Skor
<input type="checkbox"/> Tulis	3 Skor
3.2. Aspek Kualitas Produk (Bisa lebih dari 1 faktor)	6 Skor
<input type="checkbox"/> Warna tidak mudah luntur terhadap cucian dan gosokan	2 Skor
<input type="checkbox"/> Struktur dan motif konsisten tanpa cacat dan noda	2 Skor
<input type="checkbox"/> Kain memiliki kekuatan dan kelenturan (Tidak mudah sobek)	2 Skor
3.3. Aspek Kualitas Motif (Bisa lebih dari 1 faktor)	6 Skor
<input type="checkbox"/> Tampilan motif serasi secara keseluruhan (kombinasi warna dan motif serasi)	2 Skor
<input type="checkbox"/> Goresan canting atau cap batik tampak halus dan rapi	2 Skor
<input type="checkbox"/> Goresan canting pada dua sisi kain ( <i>diterusi</i> )	2 Skor
IV. Aspek Pengembangan Produk	10 Skor
4.1. Pengembangan Model/Desain Produk	2 Skor
<input type="checkbox"/> Dikembangkan dari produk produsen lain	0 Skor



<input type="checkbox"/>	Dikembangkan dari konsep kelompok	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Dikembangkan berdasarkan peluang pasar	2 Skor
4.2.	Inovasi dan Kreativitas Produk	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak ada inovasi dan kreativitas	0 Skor
<input type="checkbox"/>	Ada inovasi dan kreativitas	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Ada inovasi, kreativitas, dan diversifikasi (fungsi kain)	2 Skor
4.3.	Kreatifitas Penciptaan Produk Baru Sesuai Selera Pasar	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Jumlah motif/desain yang diproduksi < 10 motif pertahun	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Jumlah motif/desain yang diproduksi > 10 motif pertahun	2 Skor
4.4.	Kemasan dan Label	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak menggunakan kemasan	0 Skor
<input type="checkbox"/>	Menggunakan kemasan namun tidak berlabel	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Menggunakan kemasan dan berlabel	2 Skor
4.5.	Merek	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak mempunyai merek	0 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai merek namun belum didaftarkan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai merek dan telah terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual	2 Skor
Total Nilai Bagian A		... Skor
Bagian B: ASPEK MANAJEMEN DAN PEMASARAN		
Jumlah		25 Skor
I.	Aspek Manajemen	10 Skor
1.1.	Struktur Organisasi	5 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak ada struktur organisasi	0 Skor
<input type="checkbox"/>	Ada struktur organisasi tanpa pembagian tugas yang jelas	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Ada struktur organisasi dengan pembagian tugas jelas	5 Skor
1.2.	Pembukuan	5 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak ada pembukuan	0 Skor
<input type="checkbox"/>	Pembukuan sederhana	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Pembukuan dengan mengikuti sistem akuntansi	5 Skor

<b>II. Aspek Pemasaran</b>	<b>15 Skor</b>
2.1. Tujuan Pasar	3 Skor
<input type="checkbox"/> Pasar lokal (dalam provinsi)	1 Skor
<input type="checkbox"/> Pasar nasional (antar provinsi)	2 Skor
<input type="checkbox"/> Pasar internasional	3 Skor
2.2. Peningkatan Omzet Penjualan (3 tahun terakhir)	3 Skor
<input type="checkbox"/> Kenaikan tidak lebih dari 25%	1 Skor
<input type="checkbox"/> Kenaikan 25 – 50%	2 Skor
<input type="checkbox"/> Kenaikan 51% atau lebih	3 Skor
2.3. Pelanggan	3 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tidak tetap	1 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tetap	2 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tetap dan meningkat	3 Skor
2.4. Promosi	3 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak ada promosi	0 Skor
<input type="checkbox"/> Ada promosi, hanya sewaktu-waktu	2 Skor
<input type="checkbox"/> Ada promosi secara tetap	3 Skor
2.5. Metode Pemasaran	3 Skor
a. Pemasaran dilakukan sendiri (konvensional)	
b. Pemasaran dilakukan dengan menggunakan agen/distributor	
c. Pemasaran dilakukan secara online	
<input type="checkbox"/> Melakukan 1 faktor	1 Skor
<input type="checkbox"/> Melakukan 2 faktor	2 Skor
<input type="checkbox"/> Melakukan 3 faktor	3 Skor

Total Nilai Bagian B ... Skor

**Bagian C: ASPEK PENGEMBANGAN MASYARAKAT DAN PENGENDALIAN LINGKUNGAN**

	<b>Jumlah</b>	<b>15 Skor</b>
<b>I. Aspek Pengembangan Masyarakat</b>		<b>10 Skor</b>
1.1. Sumberdaya Manusia/Ketenagakerjaan		3 Skor
<input type="checkbox"/> Sumberdaya Manusia lokal < 60%		1 Skor
<input type="checkbox"/> Sumberdaya Manusia lokal 60 - 90%		2 skor
<input type="checkbox"/> Sumberdaya Manusia lokal > 90%		3 Skor
1.2. Keberadaan Perusahaan di Sentra IKM		2 Skor
<input type="checkbox"/> Kurang dari 3 tahun		1 Skor

- ☐ 3 tahun atau lebih 2 Skor
- 1.3. Peran Perusahaan dalam Kelompok 2 Skor
- ☐ Tidak menjadi anggota kelompok 0 Skor
- ☐ Sebagai anggota kelompok 1 Skor
- ☐ Sebagai pengurus kelompok 2 Skor
- 1.4. Partisipasi Masyarakat 3 Skor
- a. Memberikan manfaat dalam bentuk ilmu kepada masyarakat  
(pelatihan, pendampingan, pemagangan)
- b. Memberikan manfaat dalam bentuk sebagian keuntungan  
kepada masyarakat
- ☐ Berpartisipasi 1 faktor 1 Skor
- ☐ Berpartisipasi 2 faktor 3 Skor
- II. Aspek Pengendalian Lingkungan 5 Skor
- ☐ Tidak memperhatikan dampak terhadap lingkungan 0 Skor
- ☐ Produksi tidak berdampak terhadap lingkungan 2 Skor
- ☐ Produksi berdampak terhadap lingkungan tetapi terdapat  
pengendalian limbah 3 Skor
- ☐ Produksi berdampak terhadap lingkungan, terkendali dan  
dilakukan pemanfaatan limbah 5 Skor
- Total Nilai Bagian C ... Skor

Hasil Penilaian:

Total Nilai (Bagian A+B+C) .....	Skor
----------------------------------	------

Komentar dan rekomendasi bagi IKM:

.....

.....

Tanda tangan

(.....)

Tempat .....

Tanggal ..... Bulan..... Tahun.....

FORMULIR II.5

KRITERIA SELEKSI IKM OVOP

KATEGORI : ANYAMAN

Nama IKM : .....  
Nama Produk : .....  
Merek : .....

Bagian A: ASPEK PRODUKSI, KETENTUAN SPESIFIK PRODUK, KUALITAS  
DAN PENGEMBANGAN PRODUK

	Jumlah	60 Skor
I. Aspek Produksi		15 Skor
1.1. Sumber Bahan Baku Utama		3 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku utama lokal (kabupaten/ kota) < 80%		1 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku utama lokal (kabupaten/ kota) ≥ 80%		2 Skor
<input type="checkbox"/> Semua bahan baku utama lokal (kabupaten/kota)		3 Skor
1.2. Jaminan Ketersediaan Bahan Baku Utama		4 Skor
<input type="checkbox"/> Jaminan ketersediaan bahan baku utama untuk 1 tahun		1 Skor
<input type="checkbox"/> Jaminan ketersediaan bahan baku utama 1 - 3 tahun		2 Skor
<input type="checkbox"/> Jaminan ketersediaan bahan baku utama lebih dari 3 tahun		4 Skor
1.3. Nilai Tambah Produk (Nilai jual produk – Nilai bahan baku)		4 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produk ≤ 20 %		1 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produk 21 - 60%		2 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produk > 60 %		4 Skor
1.4. Konsistensi Kuantitas dan Kualitas Produk		4 Skor
<input type="checkbox"/> Dalam kuantitas tertentu, tidak dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama		1 Skor
<input type="checkbox"/> Dalam kuantitas tertentu, dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas hampir sama		2 Skor
<input type="checkbox"/> Dalam kuantitas tertentu, dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama		4 Skor
Aspek Spesifikasi dan Riwayat Produk		20 Skor
2.1. Spesifikasi Produk		3 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak memenuhi syarat yang sesuai dengan spesifikasi		1 Skor

produk	
<input type="checkbox"/> Memenuhi syarat yang cukup sesuai dengan spesifikasi produk tapi masih sederhana	2 Skor
<input type="checkbox"/> Memenuhi syarat yang sangat baik dan lengkap	3 Skor
2.2. Keunikan Produk	5 Skor
<input type="checkbox"/> Produk tidak memiliki keunikan	0 Skor
<input type="checkbox"/> Produk memiliki keunikan tetapi masih bersifat umum	2 Skor
<input type="checkbox"/> Produk memiliki keunikan dan menunjukkan identitas kearifan lokal	5 Skor
2.3. Penggunaan Produk	3 Skor
<input type="checkbox"/> Produk secara umum tidak diketahui fungsi dan kegunaannya	1 Skor
<input type="checkbox"/> Produk dapat digunakan tetapi masih perlu ada penjelasan penggunaannya	2 Skor
<input type="checkbox"/> Fungsi, penggunaan, dan perawatan mudah dipahami	3 Skor
2.4. Riwayat Produk	4 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk, tetapi tidak terdokumentasi	1 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk dan terdokumentasi	2 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk, terdokumentasi, dan dipublikasikan	4 Skor
2.5. Kearifan Lokal	5 Skor
<input type="checkbox"/> Asli kearifan lokal	3 Skor
<input type="checkbox"/> Asli kearifan lokal dan dikembangkan	5 Skor
II. Aspek Kualitas	15 Skor
3.1. Ketelitian Proses Produksi	5 Skor
<input type="checkbox"/> Pembuatan produk tidak teliti dan tidak rapih	0 Skor
<input type="checkbox"/> Pembuatan produk teliti dan cukup rapih	3 Skor
<input type="checkbox"/> Pembuatan produk teliti dan rapih	5 Skor
3.2. Tampilan Produk	4 Skor
(Pilih hanya A atau B untuk menilai)	
A. Apabila penilaian untuk produk budaya: desain produk dan karakteristik mencerminkan keunggulan budaya Indonesia, baik desain, warna, motif, tekstur, keindahan, ukuran yang sesuai dan mudah penggunaannya serta serasi dengan komponennya.	



B. Apabila penilaian untuk produk kreatif: ada desain, warna, motif, keindahan, modern sesuai dengan kebutuhan pasar, ada ukuran yang sesuai dan mudah penggunaannya serta serasi dengan komponennya.

Penilaian:

<input type="checkbox"/>	Desain produk, karakteristik dan komponennya sederhana, perlu diperbaiki secara keseluruhan	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Desain produk, karakteristik dan komponennya cukup baik, dan masih perlu diperbaiki di beberapa bagian	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Desain produk dan karakteristik sudah benar dan lengkap, sangat serasi komponennya secara keseluruhan	4 Skor
3.3.	Kualitas Bahan Baku	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Bahan baku yang digunakan tidak berkualitas	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Bahan baku yang digunakan berkualitas sedang kadar air tidak terlalu kering	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Bahan baku yang digunakan berkualitas sangat baik	3 Skor
3.4.	<i>Finishing</i>	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Finishing, pengawet dan warna menggunakan bahan sintetis	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Finishing, pengawet dan warna menggunakan bahan alam dan sintetis	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Finishing, pengawet dan warna menggunakan bahan alam	3 Skor
III.	Aspek Pengembangan Produk	10 Skor
3.1.	Pengembangan Produk & Desain	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Dikembangkan dari produsen lain/meniru	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Dikembangkan oleh kelompok/sendiri	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Dikembangkan sesuai permintaan pelanggan/pasar	3 Skor
3.2.	Inovasi dan Kreativitas Produk	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak ada inovasi dan kreativitas	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Ada inovasi dan kreativitas	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Ada inovasi, kreativitas, dan diversifikasi (fungsi kain)	3 Skor
3.3.	Kemasan dan Label	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak menggunakan kemasan	0 Skor
<input type="checkbox"/>	Menggunakan kemasan namun tidak berlabel	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Menggunakan kemasan dan berlabel	2 Skor

3.4. Merek	2 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak mempunyai merek	0 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai merek namun belum didaftarkan di	1 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai merek dan telah terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual	2 Skor
Total Nilai Bagian A	... Skor

**Bagian B: ASPEK MANAJEMEN DAN PEMASARAN**

	Jumlah	25 Skor
I. Aspek Manajemen		10 Skor
1.1. Struktur Organisasi		5 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak ada struktur organisasi		0 Skor
<input type="checkbox"/> Ada struktur organisasi tanpa pembagian tugas yang jelas		2 Skor
<input type="checkbox"/> Ada struktur organisasi dengan pembagian tugas jelas		5 Skor
1.2. Pembukuan		5 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak ada pembukuan		0 Skor
<input type="checkbox"/> Pembukuan sederhana		2 Skor
<input type="checkbox"/> Pembukuan dengan mengikuti sistem akuntansi		5 Skor
II. Aspek Pemasaran		15 Skor
2.1. Tujuan Pasar		3 Skor
<input type="checkbox"/> Pasar lokal (dalam provinsi)		1 Skor
<input type="checkbox"/> Pasar nasional (antar provinsi)		2 Skor
<input type="checkbox"/> Pasar internasional		3 Skor
2.2. Peningkatan Omzet Penjualan (3 Tahun Terakhir)		3 Skor
<input type="checkbox"/> Kenaikan $\leq 25\%$		1 Skor
<input type="checkbox"/> Kenaikan 26 – 50%		2 Skor
<input type="checkbox"/> Kenaikan $> 50\%$		3 Skor
2.3. Pelanggan		3 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tidak tetap		1 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tetap		2 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tetap dan meningkat		3 Skor
2.4. Promosi		3 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak ada promosi		0 Skor
<input type="checkbox"/> Ada promosi, hanya sewaktu-waktu		2 Skor
<input type="checkbox"/> Ada promosi secara tetap		3 Skor



2.5. Metode Pemasaran	3 Skor
a. Pemasaran dilakukan sendiri (konvensional)	
b. Pemasaran dilakukan dengan menggunakan agen/distributor	
c. Pemasaran dilakukan secara online	
<input type="checkbox"/> Melakukan 1 faktor	1 Skor
<input type="checkbox"/> Melakukan 2 faktor	2 Skor
<input type="checkbox"/> Melakukan 3 faktor	3 Skor
Total Nilai Bagian B	... Skor

**Bagian C: ASPEK PENGEMBANGAN MASYARAKAT DAN PENGENDALIAN LINGKUNGAN**

	Jumlah	15 Skor
I. Aspek Pengembangan Masyarakat		10 Skor
1.1. Sumberdaya Manusia/Ketenagakerjaan		3 Skor
<input type="checkbox"/> Sumberdaya Manusia lokal < 60%		1 Skor
<input type="checkbox"/> Sumberdaya Manusia lokal 60-90%		2 Skor
<input type="checkbox"/> Sumberdaya Manusia lokal > 90%		3 Skor
1.2. Keberadaan Perusahaan di Sentra IKM		2 Skor
<input type="checkbox"/> Kurang dari 3 tahun		1 Skor
<input type="checkbox"/> 3 tahun atau lebih		2 Skor
1.3. Peran Perusahaan dalam Kelompok		2 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak menjadi anggota kelompok		0 Skor
<input type="checkbox"/> Sebagai anggota kelompok		1 Skor
<input type="checkbox"/> Sebagai pengurus kelompok		2 Skor
1.4. Partisipasi Masyarakat		3 Skor
a. Memberikan manfaat dalam bentuk ilmu kepada masyarakat (pelatihan, pendampingan, pemagangan)		
b. Memberikan manfaat dalam bentuk sebagian keuntungan kepada masyarakat		
<input type="checkbox"/> Berpartisipasi 1 faktor		1 Skor
<input type="checkbox"/> Berpartisipasi 2 faktor		3 Skor
II. Aspek Pengendalian Lingkungan		5 Skor
<input type="checkbox"/> Tidak memperhatikan dampak terhadap lingkungan		0 Skor
<input type="checkbox"/> Produksi tidak berdampak terhadap lingkungan		2 Skor
<input type="checkbox"/> Produksi berdampak terhadap lingkungan tetapi terdapat		

- pengendalian 3 Skor
- ☐ Produksi berdampak terhadap lingkungan, terkendali dan dilakukan pemanfaatan limbah 5 Skor

Total Nilai Bagian C ... Skor

Hasil Penilaian:		
Total Nilai (Bagian A+B+C)	.....	Skor

Komentar dan rekomendasi bagi IKM:  
.....  
.....

Tanda tangan

(.....)

Tempat .....  
Tanggal ..... Bulan..... Tahun.....

FORMULIR II.6

KRITERIA SELEKSI IKM OVOP

KATEGORI : GERABAH

Nama IKM : .....  
Nama Produk : .....  
Merek : .....

Bagian A: ASPEK PRODUKSI, KETENTUAN SPESIFIK PRODUK, KUALITAS  
DAN PENGEMBANGAN PRODUK

	Jumlah	60 Skor
I. Aspek Produksi		15 Skor
1.1. Sumber Bahan Baku Utama		3 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku utama lokal (kabupaten/kota) < 60%		1 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku utama lokal (kabupaten/kota) 60%- 80%		2 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku utama lokal (kabupaten/kota) > 80%		3 Skor
1.2. Jaminan Ketersediaan Bahan Baku Utama		4 Skor
<input type="checkbox"/> Jaminan ketersediaan bahan baku utama untuk 3 tahun		1 Skor
<input type="checkbox"/> Jaminan ketersediaan bahan baku utama 3 -5 tahun		2 Skor
<input type="checkbox"/> Jaminan ketersediaan bahan baku utama > 5 tahun		4 Skor
1.3. Nilai Tambah Produk (Nilai jual produk – Nilai bahan baku)		4 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produk ≤ 20 %		1 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produk 21 - 60%		2 Skor
<input type="checkbox"/> Nilai tambah produk > 60 %		4 Skor
1.4. Konsistensi Kuantitas dan Kualitas Produk		4 Skor
<input type="checkbox"/> Dalam kuantitas tertentu, tidak dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama		1 Skor
<input type="checkbox"/> Dalam kuantitas tertentu, dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas hampir sama		2 Skor
<input type="checkbox"/> Dalam kuantitas tertentu, dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama		4 Skor

II. Aspek Spesifikasi dan Riwayat Produk	20 Skor
2.1. Keunikan Produk	5 Skor
<input type="checkbox"/> Produk tidak memiliki keunikan	0 Skor
<input type="checkbox"/> Produk memiliki keunikan tetapi masih bersifat umum	2 Skor
<input type="checkbox"/> Produk memiliki keunikan dan menunjukkan identitas kearifan lokal	5 Skor
2.2. Penggunaan Produk	5 Skor
<input type="checkbox"/> Produk secara umum tidak diketahui fungsi dan Kegunaannya	1 Skor
<input type="checkbox"/> Produk dapat digunakan tetapi masih perlu ada penjelasan Penggunaannya	3 Skor
<input type="checkbox"/> Fungsi, penggunaan, dan perawatan mudah dipahami	5 Skor
2.3. Riwayat Produk	5 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk, tetapi tidak terdokumentasi	1 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk dan terdokumentasi	3 Skor
<input type="checkbox"/> Mempunyai riwayat produk, terdokumentasi, dan dipublikasikan	5 Skor
2.4. Kearifan Lokal	5 Skor
<input type="checkbox"/> Asli kearifan lokal	3 Skor
<input type="checkbox"/> Asli kearifan lokal dan dikembangkan	5 Skor
III. Aspek Kualitas Produk	15 Skor
3.1. Kerapian Produk	5 Skor
<input type="checkbox"/> Produk tidak rapi	0 Skor
<input type="checkbox"/> Produk cukup rapi	3 Skor
<input type="checkbox"/> Produk rapi	5 Skor
3.2. Tampilan Produk	5 Skor
<input type="checkbox"/> Desain produk dan karakteristik mempertahankan kearifan lokal	3 Skor
<input type="checkbox"/> Desain produk dan karakteristik sudah dikembangkan tetapi masih mempertahankan kearifan lokal	5 Skor
3.3. Kualitas Bahan Baku	5 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku yang digunakan tidak berkualitas	1 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku yang digunakan berkualitas sedang	3 Skor
<input type="checkbox"/> Bahan baku yang digunakan berkualitas sangat baik	5 Skor
IV. Aspek Pengembangan Produk	10 Skor
4.1. Pengembangan Produk & Desain	3 Skor

<input type="checkbox"/>	Dikembangkan dari produsen lain/meniru	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Dikembangkan oleh kelompok/sendiri	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Dikembangkan sesuai permintaan pelanggan/pasar	3 Skor
4.2.	Inovasi dan Kreativitas Produk	3 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak ada inovasi dan kreativitas	0 Skor
<input type="checkbox"/>	Ada inovasi dan kreativitas	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Ada inovasi, kreativitas, dan diversifikasi	3 Skor
4.3.	Kemasan dan Label	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak menggunakan kemasan	0 Skor
<input type="checkbox"/>	Menggunakan kemasan namun tidak berlabel	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Menggunakan kemasan dan berlabel	2 Skor
4.4.	Merek	2 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak mempunyai merek	0 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai merek namun belum didaftarkan di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual	1 Skor
<input type="checkbox"/>	Mempunyai merek dan telah terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual	2 Skor
Total Nilai Bagian A		... Skor

**Bagian B: ASPEK MANAJEMEN DAN PEMASARAN**

		<b>Jumlah</b>	<b>25 Skor</b>
I.	Aspek Manajemen		10 Skor
1.1	Struktur Organisasi		5 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak ada struktur organisasi		0 Skor
<input type="checkbox"/>	Ada struktur organisasi tanpa pembagian tugas yang jelas		2 Skor
<input type="checkbox"/>	Ada struktur organisasi dengan pembagian tugas yang jelas		5 Skor
1.2	Pembukuan		5 Skor
<input type="checkbox"/>	Tidak ada pembukuan		0 Skor
<input type="checkbox"/>	Pembukuan sederhana		2 Skor
<input type="checkbox"/>	Pembukuan dengan mengikuti sistem akuntansi		5 Skor
II.	Aspek Pemasaran		15 Skor
2.1	Tujuan Pasar		3 Skor
<input type="checkbox"/>	Pasar lokal (dalam provinsi)		1 Skor

	<input type="checkbox"/> Pasar nasional (antar provinsi)	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Pasar internasional	3 Skor
2.2	Peningkatan Omzet Penjualan (dalam 3 tahun terakhir)	3 Skor
	<input type="checkbox"/> Kenaikan tidak $\leq 15\%$	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Kenaikan 16 - 30%	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Kenaikan $> 30\%$	3 Skor
2.3	Pelanggan	3 Skor
	<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tidak tetap	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tetap	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Mempunyai pelanggan tetap dan meningkat	3 Skor
2.4	Promosi	3 Skor
	<input type="checkbox"/> Tidak ada promosi	0 Skor
	<input type="checkbox"/> Ada promosi, hanya sewaktu-waktu	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Ada promosi secara tetap	3 Skor
2.5	Metode Pemasaran	3 Skor
	a. Pemasaran dilakukan sendiri (konvensional)	
	b. Pemasaran dilakukan dengan menggunakan agen/distributor	
	c. Pemasaran dilakukan secara online	
	<input type="checkbox"/> Melakukan 1 faktor	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Melakukan 2 faktor	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Melakukan 3 faktor	3 Skor
Total Nilai Bagian B		... Skor

**Bagian C: ASPEK PENGEMBANGAN MASYARAKAT DAN PENGENDALIAN LINGKUNGAN**

	Jumlah	15 Skor
I.	Aspek Pengembangan Masyarakat	10 Skor
1.1.	Sumberdaya Manusia/Ketenagakerjaan	3 Skor
	<input type="checkbox"/> Sumberdaya Manusia lokal $< 60\%$	1 Skor
	<input type="checkbox"/> Sumberdaya Manusia lokal 60-90%	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Sumberdaya Manusia lokal $> 90\%$	3 Skor
1.2.	Keberadaan Perusahaan di Sentra IKM	2 Skor
	<input type="checkbox"/> Kurang dari 3 tahun	1 Skor
	<input type="checkbox"/> 3 tahun atau lebih	2 Skor
1.3.	Peran dalam Kelompok	2 Skor



- ☐ Tidak menjadi anggota kelompok 0 Skor
- ☐ Sebagai anggota kelompok 1 Skor
- ☐ Sebagai pengurus kelompok 2 Skor
- 1.4. Partisipasi Masyarakat 3 Skor
  - a. Memberikan manfaat dalam bentuk ilmu kepada masyarakat (pelatihan, pendampingan, pemagangan)
  - b. Memberikan manfaat dalam bentuk sebagian keuntungan kepada masyarakat
    - ☐ Berpartisipasi 1 faktor 1 Skor
    - ☐ Berpartisipasi 2 faktor 3 Skor
- II. Aspek Pengendalian Lingkungan 5 Skor
  - ☐ Tidak memperhatikan dampak terhadap lingkungan 0 Skor
  - ☐ Produksi tidak berdampak terhadap lingkungan 2 Skor
  - ☐ Produksi berdampak terhadap lingkungan tetapi terdapat pengendalian 3 Skor
  - ☐ Produksi berdampak terhadap lingkungan, terkendali dan dilakukan pemanfaatan limbah 5 Skor

Total Nilai Bagian C ... Skor

Hasil Penilaian:

Total Nilai (Bagian A+B+C) ..... Skor

Komentar dan rekomendasi bagi IKM:

.....  
.....

Tanda tangan

(.....)

Tempat .....

Tanggal ..... Bulan..... Tahun.....



FORMULIR II.7

BERITA ACARA SELEKSI IKM OVOP

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua dan Anggota Tim Seleksi menyatakan bahwa pada hari/tanggal ..... , ... - ... - ... sampai dengan ....., ...- .... - ... bertempat di ..... telah dilakukan Seleksi IKM OVOP dengan hasil sebagaimana terlampir.  
Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, .... - ... - ...

Ketua merangkap Anggota	:	.....
Sekretaris merangkap Anggota	:	.....
Anggota	:	
1. ....	:	.....
2. ....	:	.....
3. ....	:	.....
4. ....	:	.....
5. ....	:	.....

LAMPIRAN BERITA ACARA SELEKSI IKM OVOP

NO	PROVINSI	KABUPATEN/KOTA	NAMA IKM	ALAMAT	KOMODITI	SKOR	KLASIFIKASI IKM OVOP
1.	.....	.....	1. .... 2. .... 3. .... 4. ....	a. .... b. .... c. .... d. ....	a. .... b. .... c. .... d. ....		
2.	.....	.....	1. .... 2. .... 3. .... 4. ....	a. .... b. .... c. .... d. ....	a. .... b. .... c. .... d. ....		
3.	.....	.....	1. .... 2. .... 3. .... 4. ....	a. .... b. .... c. .... d. ....	a. .... b. .... c. .... d. ....		
4.	Dst-nya						

Jakarta, ... - ... - ...

Ketua merangkap Anggota : .....  
Sekretaris merangkap Anggota : .....  
Anggota : .....  
1. ....  
2. ....  
3. ....  
4. ....  
5. ....

FORMULIR III

EVALUASI IKM OVOP

I. INFORMASI PRODUK (\* wajib diisi)

1. Nama Produk\*) : \_\_\_\_\_
2. Merek\*) : \_\_\_\_\_
3. Kategori\*) : Makanan dan Minuman / Kain Tenun/  
Kain Batik/ Anyaman/ Gerabah
4. Klasifikasi IKM  
OVOP\*) : \_\_\_\_\_

II. INFORMASI PERUSAHAAN (\* wajib diisi)

1. Nama Perusahaan\*) : \_\_\_\_\_
2. NPWP\*) : \_\_\_\_\_
3. Alamat/ Jalan\*) : \_\_\_\_\_
4. Kecamatan\*) : \_\_\_\_\_
5. Kabupaten\*) : \_\_\_\_\_
6. Provinsi\*) : \_\_\_\_\_
7. Telepon\*) : \_\_\_\_\_
8. Faximile : \_\_\_\_\_
9. E-mail : \_\_\_\_\_
10. Website : \_\_\_\_\_

III. INFORMASI PERKEMBANGAN USAHA 3 (TIGA) TAHUN TERAKHIR (\*  
wajib diisi)

No	Uraian	Tahun 20...	Tahun 20...	Tahun 20...
1.	Jumlah tenaga kerja tetap (Orang)*)			
2.	Kapasitas produksi (Unit)*)			
3.	Nilai penjualan:*)			
	a. Dalam Negeri (Rp. Juta)			
	b. Luar Negeri (US \$ 000)			
4.	Nilai bahan baku dan bahan penolong (Rp. Juta)*)			

5.	Nilai tambah produk (Rp. Juta) <sup>*)</sup>			
6.	Kemitraan:			
	♦ Jumlah mitra usaha			
	♦ Nilai kemitraan (Rp. Juta)			

IV. INFORMASI FASILITASI PEMBINAAN YANG DITERIMA

NO	Jenis Pembinaan	Tempat	Instansi

V. HASIL PENILAIAN (Formulir Kriteria Seleksi IKM OVOP dilampirkan)

Hasil Penilaian:

Total Nilai (Bagian A+B+C) .....  SKOR

Komentar dan rekomendasi bagi IKM:

.....

.....

.....

.....

.....

..... , ... - ... - ...

Mengetahui :  
Kepala Dinas Perindustrian  
Kabupaten/Kota/Provinsi

Tim Kelompok Kerja,

.....

.....

NIP: .....

FORMULIR IV.1

LOGO OVOP INDONESIA



Makna dan Persepsi dari Simbol OVOP Indonesia:

1. Lingkaran : Kebulatan tekad Bangsa Indonesia untuk maju bersama
2. Orang : Lambang masyarakat yang memegang peran utama
3. Orang berangkulan : Lambang kegotongroyongan, kolaborasi, membangun bersama-sama, menatap masa depan bersama
4. Warna merah : Lambang keberanian
5. Warna putih : Lambang kesucian
6. Warna emas : Lambang kejayaan, kesentosaan, keemasan
7. Warna hijau : Lambang kekayaan alam Indonesia, kepedulian akan kelestarian lingkungan
8. Warna biru : Lambang keharmonisan, keselarasan, keseimbangan

FORMULIR IV.2

PENGUNAAN LOGO OVOP INDONESIA  
PADA PRODUK IKM OVOP



Contoh Logo Perusahaan IKM OVOP

I. Keterangan kode atau simbol pada Logo OVOP

- ♦ Digit 1 (huruf) : Komoditi
- ♦ Digit 2 dan 3 (angka) : Provinsi
- ♦ Digit 4 dan 5 (angka) : Kabupaten/Kota
- ♦ Digit 6 dan 7 (angka) : Tahun
- ♦ Digit 8 dan 9 (angka) : Nomor Urut

II. Kode Komoditi

- A. Makanan dan Minuman
- B. Kain Tenun
- C. Kain Batik
- D. Anyaman
- E. Gerabah

III. Kode Provinsi

1. Provinsi Aceh
2. Provinsi Sumatera Utara
3. Provinsi Sumatera Barat



4. Provinsi Riau
5. Provinsi Kepulauan Riau
6. Provinsi Jambi
7. Provinsi Sumatera Selatan
8. Provinsi Bangka Belitung
9. Provinsi Bengkulu
10. Provinsi Lampung
11. Provinsi DKI Jakarta
12. Provinsi Jawa Barat
13. Provinsi Banten
14. Provinsi Jawa Tengah
15. Provinsi DI Yogyakarta
16. Provinsi Jawa Timur
17. Provinsi Bali
18. Provinsi Nusa Tenggara Barat
19. Provinsi Nusa Tenggara Timur
20. Provinsi Kalimantan Barat
21. Provinsi Kalimantan Tengah
22. Provinsi Kalimantan Selatan
23. Provinsi Kalimantan Timur
24. Provinsi Kalimantan Utara
25. Provinsi Sulawesi Utara
26. Provinsi Sulawesi Barat
27. Provinsi Sulawesi Tengah
28. Provinsi Sulawesi Tenggara
29. Provinsi Sulawesi Selatan
30. Provinsi Gorontalo
31. Provinsi Maluku
32. Provinsi Maluku Utara
33. Provinsi Papua Barat
34. Provinsi Papua

MENTERI PERINDUSTRIAN

REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

AGUS GUMIWANG KARTASASMITA

Salinan sesuai dengan aslinya  
Sekretariat Jenderal  
Kementerian Perindustrian  
Kepala Biro Hukum,



Atas Sertyo Hariyono