

KEBIJAKAN PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO MELALUI SLEMAN MART

Wahyu Rohmawati¹⁾, Muhammad Eko Atmojo²⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi pemberdayaan usaha mikro melalui Sleman *Mart* yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman tahun 2020-2021. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus serta menggunakan teori implementasi oleh Merilee S. Grindle. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi Sleman *Mart* oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman yang diukur menggunakan teori Merilee S. Grindle pada dasarnya sudah berjalan cukup baik. Namun jika dilihat dari tujuh indikator yang digunakan pada penelitian ini belum sepenuhnya memenuhi. Implementasi Sleman *Mart* pada tahun 2020-2021 masih terdapat kekurangan pada indikator sumber daya yang digunakan yaitu sarana dan prasarana yang belum tercukupi serta sumber daya manusia yang terbatas dan belum kompeten untuk melaksanakan kegiatan Sleman *Mart*. Oleh karena itu, diperlukan upaya optimalisasi pada fasilitas Sleman *Mart* oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman.

Kata Kunci: Kebijakan, Program, Sleman Mart.

Abstract

This study aims to determine the implementation of micro-enterprise empowerment through Sleman Mart carried out by the Cooperatives, Small and Medium Enterprises Office of Sleman Regency in 2020-2021. This study uses a qualitative research method with a case study approach and uses the implementation theory by Merilee S. Grindle. The technique of collecting data is done using interviews, documentation, and observation. The results showed that the implementation of Sleman Mart by the Department of Cooperatives, Small and Medium Enterprises in Sleman Regency, which was measured using Merilee S. Grindle's theory, had been going pretty well. However, if it is seen from the seven indicators used in this study, it has not fully fulfilled. Implementation of Sleman Mart in 2020-2021 there are still deficiencies in the indicators of the resources used, namely inadequate facilities and infrastructure and limited and incompetent human resources to carry out Sleman Mart. Therefore, it is necessary to optimize the Sleman Mart by the Department of Cooperatives, Small and Medium Enterprises, Sleman Regency.

Keywords: Implementation, Program, Sleman Mart.

PENDAHULUAN

Di awal tahun 2020 Indonesia dihadapkan pada ancaman virus Covid-19 yang memaksa pemerintah untuk mengeluarkan kebijakan pembatasan masyarakat. Pemberlakuan kebijakan tersebutpun lambat laun berdampak pada kerugian ekonomi nasional (Hadiwardoyo, 2020). Berdasarkan laporan dari Badan Pusat Statistik menyebutkan bahwa ekonomi Indonesia pada triwulan II tahun 2020 mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 5,32% (BPS, 2020). Angka tersebut menurun drastic apabila dibandingkan dengan triwulan I tahun 2020 yang tumbuh sebesar 2,97%. Tidak hanya mempengaruhi perekonomian nasional, dampak pandemi Covid-19 telah menimbulkan kontraksi pada perekonomian Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebesar 6,74% bahkan di bawah pertumbuhan ekonomi nasional (BPK, 2021). Hal serupa juga terjadi di salah satu kabupaten di DIY yaitu Kabupaten Sleman yang mengalami kontraksi pertumbuhan ekonomi sebesar 3,91% (slemankab.go.id, 2021). Dampak ini juga dirasakan oleh berbagai usaha baik dalam skala besar maupun kecil, seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga turut mengalami dampak yang serius dari adanya pandemi Covid-19. Bank Indonesia menyebutkan bahwa sebanyak 87,5% UMKM terdampak pandemi dan 93,2% di antaranya terdampak dari sisi penjualan (Saputra, 2021). Para pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan karena turunnya daya beli masyarakat serta mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya (Situmorang, 2021). Bahkan di Kabupaten Sleman, sulitnya akses pemasaran oleh UMKM sudah terjadi sejak sebelum adanya pandemi. Pada tahun 2018 pelaku UMKM di Kabupaten Sleman telah mengalami kesulitan dalam memasarkan produk mereka dan menjadi permasalahan yang belum terpecahkan (sembada.id, 2018).

Untuk menyiasati problematika pemasaran produk yang masih banyak dikeluhkan pelaku UMKM, maka dibutuhkan inovasi pemasaran salah satunya dengan mengadopsi bantuan digital dalam teknik pemasaran. Hasil penelitian (Ismail & Bahgia, 2021) menerangkan bahwa pelaku UMKM perlu mengaplikasikan digitalisasi melalui *marketplace* agar kegiatan usahanya dapat bertahan dan berjalan sehingga menghasilkan pemasukan di tengah

pandemi. Sebagaimana yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Sleman melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah yang menyediakan fasilitas Sleman *Mart* untuk membantu memasarkan produk usaha mikro. Kabupaten Sleman memiliki jumlah usaha mikro paling besar dibandingkan dengan usaha kecil dan usaha menengah. Pada tahun 2021 jumlah usaha mikro di Kabupaten Sleman mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yakni 89.197 unit (dataumkm.slemankab.go.id, 2021). Kenaikan jumlah usaha mikro tersebut dipicu karena banyaknya pekerja yang dirumahkan (Kriesdinar, 2021). Dari banyaknya unit usaha mikro tersebut, hanya sebagian pelaku usaha mikro yang dapat memanfaatkan pemasaran *online*. Hal ini dikarenakan pelaku usaha mikro cenderung kurang memiliki kemampuan dalam mengaplikasikan kecanggihan teknologi (Putra, Budiantoro, & Haziroh, 2021). Sistem pemasaran baru yang memanfaatkan teknologi merupakan sebuah kendala bagi usaha mikro dalam memasarkan produknya, hal ini berkaitan dengan pemahaman dan juga kemampuan penerapan teknologi tersebut (Pakpahan, 2020).

Melihat problematika ini maka Pemerintah Kabupaten Sleman melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman membentuk Sleman *Mart*. Upaya ini sebagai bentuk keseriusan pemerintah Kabupaten Sleman dalam memberikan kemudahan bagi usaha mikro untuk melakukan pemasaran secara *online*. Sleman *Mart* menjadi salah satu bagian dari program pemberdayaan usaha mikro dengan menyediakan gerai dan fasilitas pasar *online* melalui *website* slemanmart.id. Pemberdayaan usaha mikro yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Sleman melalui Sleman *Mart* sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang diturunkan ke dalam Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 19 Tahun 2019 tentang Pemberdayaan Usaha Mikro, yang mana pada perda tersebut menjelaskan bahwa pemerintah daerah perlu menyelenggarakan pemberdayaan usaha mikro melalui kegiatan pemberian fasilitas sarana dan prasarana dan juga membantu pemasaran dan promosi dagang. Oleh karena itu, menarik bagi peneliti untuk meneliti bagaimana pelaksanaan pemberdayaan usaha mikro melalui Sleman *Mart* yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan

Menengah Kabupaten Sleman guna mengetahui apakah Sleman *Mart* sudah tepat dan berhasil dalam memberdayakan usaha mikro.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang dilakukan di Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman dan Gerai AphiPraya. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan observasi. Adapun wawancara akan dilakukan dengan pihak yang bersangkutan yaitu Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman, Pengelola Sleman *Mart* dan pelaku usaha mikro pengguna Sleman *Mart*. Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen yang relevan dengan topik penelitian seperti arsip dari Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman, media cetak maupun elektronik yang membahas program pemberdayaan usaha mikro melalui Sleman *Mart*. Sedangkan teknik observasi dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan yaitu toko *offline* Sleman *Mart* yang berada di Gerai AphiPraya. Triangulasi data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yang dilakukan dengan pihak Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sleman selaku penyelenggara Sleman *Mart* dan Gerai AphiPraya selaku pengguna Sleman *Mart*. Triangulasi data dilakukan untuk menguji validitas data yang ditemukan. Kemudian untuk teknik analisis data yang digunakan adalah Interactive Model yang terdiri dari reduksi data yaitu mengelompokkan data sesuai dengan kebutuhan penelitian, display data yaitu menampilkan temuan menarik dan tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN

Fasilitas Sleman *Mart* merupakan salah satu layanan dari Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) KUKM Kabupaten Sleman yang diresmikan pada bulan Juni tahun 2019 serta dikelola oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman dan Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman (IKAPIM). Sleman *Mart* berfungsi sebagai laboratorium bagi pelaku usaha mikro di wilayah Sleman. Sleman *Mart* menjadi bagian dari pemberdayaan usaha mikro dengan menyediakan toko *offline* di Gerai AphiPraya dan pasar *online* yang berfungsi untuk memfasilitasi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya. Untuk mengukur implementasi

Sleman *Mart* digunakan model implementasi dari Merilee S. Grindle dengan dua indikator besar yaitu isi kebijakan dan lingkungan implementasi.

1. Isi Kebijakan

a) Kepentingan yang Mempengaruhi

Kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah pada dasarnya merupakan suatu upaya dalam menyelesaikan berbagai permasalahan-permasalahan yang terjadi baik di masyarakat maupun di lingkup pemerintahan. Kebijakan yang telah dibuat pemerintah dalam pengimplementasiannya akan melibatkan banyak kepentingan, baik dari pihak yang terlibat ataupun pihak tertentu. Pada konteks ini, penyediaan fasilitas Sleman *Mart* merupakan salah satu bentuk dari implementasi kebijakan pemberdayaan usaha mikro oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman yang dalam pengimplementasiannya dipengaruhi oleh kepentingan dari kelompok sasaran. Pada pelaksanaannya, Sleman *Mart* dipengaruhi oleh tiga kepentingan. Pertama, kepentingan dalam rangka mewujudkan Sleman *Smart Regency*.

Sleman *Smart Regency* merupakan konsep kabupaten cerdas dalam mengembangkan dan mengelola berbagai sumber daya yang dimiliki daerah. Pengelolaan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dilakukan secara efisien dan efektif dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi mampu mendukung pembangunan yang berkelanjutan dan menjadi wujud terhadap perubahan yang ada. Sehingga pelaksanaan Sleman *Mart* oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman menjadi bagian dalam memberdayakan usaha mikro di era teknologi saat ini.

Gambar 1
Tampilan Utama Marketplace Sleman Mart

Gambar	Deskripsi
	Pada tampilan utama Sleman Mart terdapat display produk UMKM Kabupaten Sleman

Sumber: (<http://slemanmart.id/>, 2022)

Gambar di atas merupakan *marketplace* Sleman Mart yang merupakan implementasi dari penerapan layanan *smart economy*. Dengan *marketplace* atau pemasaran online ini pelaku usaha mikro di Kabupaten Sleman dapat memperluas jejaring pemasaran dan juga dapat mendukung terwujudnya ekonomi digital. Selain itu, dengan adanya Sleman Mart ini pelaku usaha mikro dapat lebih mengetahui pemanfaatan teknologi digital untuk pengelolaan usahanya.

Kedua, kepentingan dari kelompok sasaran yakni para pelaku usaha mikro itu sendiri karena adanya kebutuhan dari kelompok sasaran yang membutuhkan literasi akan *digital marketing* dan wadah untuk mengaplikasikan wawasan yang mereka dapatkan. Kegiatan pelatihan *digital marketing* yang telah diberikan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman dinilai belum cukup efektif untuk memberikan literasi kepada pelaku usaha mikro mengenai dunia pemasaran *online*, sehingga dengan dibentuknya Sleman Mart dapat digunakan oleh pelaku usaha mikro sebagai tahap akhir dari pelatihan dan media dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan dari pelatihan tersebut.

Ketiga, kepentingan dalam rangka memberikan fasilitas pemasaran *offline* dan *online* berupa Sleman Mart. Selama ini bahwa produk-produk yang dihasilkan dari pelaku usaha mikro di Kabupaten Sleman memiliki potensi besar untuk dipasarkan di luar wilayah Sleman. Akan tetapi adanya keterbatasan yang dimiliki oleh pelaku usaha mikro dalam memasarkan produknya, telah menghambat mereka untuk memperkenalkan produknya keluar wilayah Sleman. Dengan adanya Sleman Mart, pelaku usaha mikro

dapat memanfaatkannya dan belajar bagaimana melakukan promosi dan pemasaran secara *online*.

b) Tipe Manfaat

Suatu kebijakan atau program yang dibuat oleh pemerintah harus dapat memberikan hasil yang bermanfaat dan memiliki dampak positif serta dapat merubah ke arah yang lebih baik dari hasil pengimplementasiannya. Dalam konteks implementasi kebijakan pemberdayaan usaha mikro melalui Sleman *Mart*, manfaat yang diinginkan dengan diimplementasikannya Sleman *Mart* adalah memberikan kemudahan bagi pelaku usaha mikro untuk dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Kehadiran Sleman *Mart* dapat digunakan oleh pelaku usaha mikro untuk meningkatkan kapasitasnya dalam memperluas jaringan pemasaran dan menjadi sarana pembelajaran kepada pelaku usaha mikro yang belum mampu untuk melaksanakan pemasaran secara digital. Sebab pelaku usaha mikro nantinya akan diberikan pembinaan bagaimana melakukan pengemasan produk, pemotretan produk serta mengolah bahasa untuk deskripsi produk yang baik dan menarik.

Di samping itu manfaat diimplementasikannya Sleman *Mart* yaitu untuk membantu pelaku usaha mikro untuk mengenalkan produk-produknya ke wilayah yang lebih luas. Sehingga diimplementasikannya Sleman *Mart* harapannya dapat membantu pelaku usaha mikro untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya tidak hanya terbatas disatu wilayah saja melainkan dapat menjangkau berbagai wilayah. Selama ini produk-produk dari usaha mikro Kabupaten Sleman sebagian besar hanya dipasarkan di satu wilayah baik itu hanya di wilayah kelurahannya ataupun kapanewonnya saja. Sehingga dengan adanya Sleman *Mart* yang sudah berbasis *website* dan aplikasi, yang awalnya produk dari usaha mikro di Kabupaten Sleman hanya terbatas di lingkungannya saja, sudah tidak terbatas lagi dengan ruang dan jarak. Suatu program atau kegiatan yang dibuat oleh Pemerintah harus dapat memberikan hasil yang bermanfaat dan memiliki dampak positif. Dalam hal ini manfaat dari diimplementasikannya Sleman *Mart* telah dirasakan oleh pelaku usaha mikro pengguna Sleman

Mart yaitu produk-produk usahanya telah dapat dipasarkan dan dikenal secara luas sehingga berdampak pada penjualan produk.

c) Derajat Perubahan

Indikator tipe manfaat memiliki keterkaitan dengan indikator derajat perubahan yang diinginkan dari suatu kebijakan. Kebijakan yang dibentuk oleh pemerintah harus memiliki target yang ingin dicapai dan seberapa besar perubahan yang ingin dicapai harus memiliki skala perubahan yang jelas. Pada konteks ini, target yang ingin dicapai oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman dengan diimplentasikannya *Sleman Mart* adalah pelaku usaha mikro dapat mengerti dan memahami teknologi informasi dan komunikasi khususnya mengenai pemasaran *digital*. Melek teknologi menjadi keharusan bagi pelaku usaha mikro yang ingin mengembangkan usahanya dan membuat laju bisnisnya dapat tumbuh secara signifikan. Pelaku usaha mikro yang mengabaikan dan tidak dapat memanfaatkan teknologi digital dalam mengembangkan usahanya dapat membuat laju bisnisnya terhambat dan tidak mampu untuk tumbuh. Oleh sebab itu, pelaksanaan *Sleman Mart* oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman harapannya mampu memberikan perubahan kepada pelaku usaha mikro wilayah Sleman untuk melek teknologi.

Adanya suatu perubahan yang didapat oleh pelaku usaha mikro yang sebelumnya tidak mempunyai wawasan dan kemampuan pemasaran secara *digital*, kemudian dengan adanya *Sleman Mart* pelaku usaha mikro dapat mengerti bagaimana melakukan pemasaran secara *digital* merupakan salah satu upaya dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah untuk menjadikan usaha mikro naik kelas. Naik kelas dalam hal ini tidak serta merta omzet yang didapat oleh pelaku usaha mikro dapat meningkat secara signifikan. Akan tetapi, terdapat suatu perubahan yang didapat oleh pelaku usaha mikro yang sebelumnya tidak berdaya menjadi berdaya. Perubahan yang diharapkan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman telah dialami oleh pelaku usaha mikro yang menggunakan *Sleman Mart*. Salah satu pelaku usaha mikro kelompok usaha *fashion* setelah menggunakan *Sleman Mart* sudah lebih mengerti pentingnya melakukan pemasaran online sehingga berusaha untuk melakukannya

secara mandiri dengan menggunakan media *WhatsApp* Bisnis, media sosial ataupun *marketplace* lain yang lebih besar.

Namun, berbeda dengan salah satu informan lain dari kelompok usaha *fashion* yang masih belum bisa untuk melakukan pemasaran online secara mandiri sehingga informan tersebut memilih tetap menggunakan *Sleman Mart* dan tidak membuka toko onlinenya secara mandiri, hal ini dikarenakan faktor usia dari informan yang bersangkutan. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan salah satu pelaku usaha mikro pengguna *Sleman Mart* yang bergerak di usaha *craft*. Hal serupa juga dialami oleh salah satu pelaku usaha mikro pengguna *Sleman Mart* dari kelompok usaha pertanian yang juga tidak menggunakan *marketplace* lain dikarenakan produk yang dihasilkan merupakan produk yang ada diberbagai daerah yaitu beras.

d) Pelaksana Program

Pelaksana program menjadi hal yang sangat penting dalam suatu kebijakan. Pelaksana program merupakan penggerak dalam mencapai suatu keberhasilan yang telah ditetapkan sebelumnya dalam pembuatan kebijakan. Dalam konteks ini, pada dasarnya pelaksanaan *Sleman Mart* dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman selaku perangkat daerah yang memiliki tugas di bidang koperasi, usaha kecil dan menengah. Akan tetapi dalam pengelolaannya, *Sleman Mart* dikelola oleh lembaga atau badan hukum di luar pemerintahan selaku pihak kedua yang memiliki tugas pokok sebagai operasional transaksi secara *online* dan *offline* terhadap produk-produk usaha mikro Kabupaten Sleman.

Hal ini dikarenakan adanya peraturan yang melarang lembaga pemerintah untuk menerima uang dalam bentuk apapun. Sehingga untuk melakukan serangkaian kerja yang bertujuan untuk mencapai tujuan dari implementasi dan pengembangan *Sleman Mart*, maka *Sleman Mart* harus memiliki entitas dari luar pemerintahan yang dapat mengelola fasilitas tersebut. Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman (IKAPIM) ditunjuk oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman untuk mengelola dan mengembangkan *Sleman Mart* secara professional dan terikat dalam perjanjian kerjasama. Sebagai entitas yang ditunjuk oleh dinas, maka

IKAPIM harus menunjuk anggotanya untuk mengelola dan mengatur Sleman *Mart*.

Anggota IKAPIM selaku pengelola Sleman *Mart* yang ditunjuk untuk mengelolanya diberikan kewenangan untuk membuat program atau kegiatan dalam rangka memaksimalkan pelaksanaan Sleman *Mart*. Pada tahun 2020, pengelola Sleman *Mart* melakukan beberapa kegiatan diantaranya perombakan *website* Sleman *Mart*, cek dan trial fitur *website* serta penyesuaian konten *website*. Sedangkan program atau kegiatan yang dilakukan pada tahun 2021 yaitu pengelola Sleman *Mart* mencoba untuk melakukan penjualan melalui *marketplace* yang lebih besar yaitu Tokopedia, hal ini dilakukan untuk meningkatkan jangkauan pemasaran dan transaksi penjualan di Sleman *Mart*. Untuk membantu Pengelola Sleman *Mart* dalam melakukan pembinaan terhadap usaha mikro yang menjadi *supplier* di Sleman *Mart*.

Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman melibatkan konsultan dari Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (PLUT KUKM) Kabupaten Sleman untuk melakukan kurasi terhadap produk yang akan masuk di Sleman *Mart*. PLUT KUKM Kabupaten Sleman terdiri dari lima konsultan yaitu konsultan pemasaran, konsultan kelembagaan, konsultan produksi, konsultan sumber daya manusia dan konsultan pembiayaan. Dimana seluruh konsultan yang terdapat di PLUT KUKM Kabupaten Sleman terlibat dalam pelaksanaan Sleman *Mart*. Adapun konsultan-konsultan yang ada di PLUT KUKM Kabupaten Sleman ini direkrut sesuai dengan kompetensi dan kebutuhan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman serta tanpa campur tangan dari pihak manapun.

e) Sumber Daya yang Digunakan

Dalam pelaksanaannya suatu kebijakan harus didukung oleh sumber daya yang memadai agar pelaksanaannya dapat berjalan dengan baik. Sumber daya tersebut dapat berupa kompetensi implementor, sarana dan prasarana dan lain-lain. Dalam hal ini sumber daya yang digunakan untuk mendukung keberhasilan implementasi kebijakan pemberdayaan usaha

mikro melalui Sleman *Mart* diantaranya sarana dan prasarana untuk jalannya kegiatan operasional Sleman *Mart*. Sarana dan prasarana yang disediakan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman yaitu berupa gedung, peralatan komputer, domain dan aplikasi yang dibiayai oleh Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD).

Tabel 1
Sarana dan Prasarana Sleman Mart

Sarana dan Prasarana	
1	Ruangan Operasional
2	Perangkat Komputer
3	Jaringan Internet
4	Timbangan
5	Alat Pengemasan
6	Rak Display
7	Alat Tulis Kantor
8	Alat Penyimpanan Produk

Sumber: *Standard Operating Procedure (SOP) Pelaksanaan Sleman Mart (2021)*

Sarana dan prasarana tersebut sebagai modal dalam pelaksanaan Sleman *Mart* dan Dinkopukm Kabupaten Sleman tidak lagi *men-support* anggaran untuk kegiatan operasional Sleman *Mart*. Hal ini dikarenakan Koperasi Serba Usaha Ikapim Sleman merupakan mitra yang ditunjuk oleh Dinas Dinkopukm Kabupaten Sleman dan diberikan kewenangan untuk mengelola Sleman *Mart* sepenuhnya. Untuk kegiatan operasional Sleman *Mart* selanjutnya didanai dari keuntungan hasil penjualan produk-produk usaha mikro tanpa bantuan anggaran dari dinas. Namun, sarana dan prasarana yang telah disediakan nyatanya masih belum cukup mendukung jalannya kegiatan Sleman *Mart*. Sarana dan prasarana yang disediakan oleh Dinkopukm Kabupaten belum sepenuhnya mencukupi untuk pelaksanaan Sleman *Mart*, kondisi gedung yang digunakan sebagai gerai offline produk-produk usaha mikro terdapat tikus yang berkeliaran sehingga beresiko terhadap kondisi produk. Kekurangan lain juga terdapat pada komputer yang disediakan oleh dinas lamban ketika digunakan serta sarana untuk memfoto produk-produk usaha mikro yang mengharuskan pengelola Sleman *Mart* menggunakan *handphone* pribadinya untuk melakukan foto produk.

Gambar 2
Sarana dan Proses Pemotretan Sleman Mart



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2022

Gambar di atas merupakan kondisi saat komputer yang disediakan dinas untuk kegiatan operasional Sleman *Mart* menampilkan layar putih dan membutuhkan waktu lama untuk dapat membuka aplikasi yang akan digunakan. Hal ini sering terjadi dan telah menghambat dalam melakukan kegiatan yang membutuhkan bantuan komputer. Selain itu juga ada kegiatan pemotretan produk usaha mikro yang akan ditampilkan pada *marketplace* Sleman *Mart*, pengelola menggunakan *handphone* pribadinya untuk melakukan foto produk. Selain sarana dan prasarana, sumber daya manusia yang disediakan oleh Pengelola Sleman *Mart* juga masih belum cukup untuk menjalankan Sleman *Mart*. Saat ini sumber daya manusia yang dimiliki belum cukup dan kurang kompeten untuk melakukan seluruh kegiatan operasional Sleman *Mart*. Pada awal pelaksanaannya, sumber daya manusia yang dimiliki untuk jalannya kegiatan Sleman *Mart* berjumlah tiga orang dengan *job desk*-nya masing-masing, namun berkurang seiring berjalannya waktu sehingga menyisakan satu orang. Kurangnya sumber daya manusia yang mengelola Sleman *Mart*, mengakibatkan satu karyawan yang tersisa harus menjalani berbagai macam *job desk* yang bukan kompetensinya. Sehingga kondisi seperti ini menjadi penghambat jalannya pelaksanaan Sleman *Mart*.

2. Lingkungan Implementasi

a. Kekuasaan, Kepentingan dan Strategi

Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman memiliki kewenangan untuk membuat program kegiatan yang merupakan turunan dari ditetapkannya suatu kebijakan dalam bidang koperasi, usaha

mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Hal ini menjadi kekuasaan yang dimiliki oleh dinas karena Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman merupakan organisasi perangkat daerah yang berwenang untuk melakukan urusan pemerintahan sesuai dengan bidangnya. Di samping itu Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman juga mempunyai kepentingan untuk membantu mempercepat pencapaian tujuan dari adanya suatu kebijakan serta kewenangan yang telah dimiliki dengan memaksimalkan pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah di Kabupaten Sleman.

Agar Sleman *Mart* yang merupakan salah satu dari kegiatan pemberdayaan usaha mikro dapat berjalan maksimal, maka Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman perlu memiliki strategi untuk kelancaraan pelaksanaannya. Adapun strategi yang dimiliki oleh dinas yaitu dengan membantu mensosialisasikan dan mempromosikan Sleman *Mart* kepada berbagai organisasi perangkat daerah yang ada di lingkungan pemerintah Kabupaten Sleman. Kemudian mempromosikan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook serta website dinas untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas bahwa ada fasilitas pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman khusus untuk produk-produk usaha mikro di wilayah Kabupaten Sleman. Berikutnya yaitu melakukan sosialisasi ke berbagai tingkat forum komunikasi (forkom) di wilayah Sleman baik forkom tingkat kapanewon maupun kelurahan.

Dalam pelaksanaannya, untuk mencapai keberhasilan pelaksanaan Sleman *Mart* tidak hanya dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman, tetapi harus ada keterlibatan dari pengelola Sleman *Mart* untuk membantu ketercapaian pelaksanaan kegiatan Sleman *Mart*. Kepentingan dari pengelola Sleman *Mart* selaku pihak dari Koperasi Serba Usaha Ikapim Sleman yaitu untuk dapat bersama-sama memasarkan produk-produk UMKM dan Koperasi di wilayah Sleman melalui Sleman *Mart*. Adapun strategi yang dilakukan oleh pengelola Sleman *Mart* adalah dengan memperbaiki tampilan toko online, memperbaiki foto-foto dan deskripsi

produk. Kemudian memaksimalkan promosi yang dilakukan secara organik yaitu pemasaran digital tanpa menggunakan iklan berbayar.

Pemasaran organik ini dilakukan dengan penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook resmi Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman dan Sleman *Mart*, menyebarkan brosur-brosur serta melakukan *broadcast* yang dibantu oleh pegawai dinas untuk di share kepada kerabat-kerabatnya. Strategi lain yang dilakukan oleh pengelola Sleman *Mart* adalah melakukan kerjasama dengan beberapa pihak, salah satunya kerjasama yang dilakukan dengan pihak jasa pengiriman. Untuk mendukung kelancaran jalannya pelaksanaan Sleman *Mart* maka perlu memperhatikan jasa pengiriman. Hal ini dikarenakan proses pengiriman yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat membantu perkembangan Sleman *Mart*. Selain itu dapat membantu untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sebab jangkauan pasar luas dapat diwujudkan dengan menggunakan jasa pengiriman untuk mengantarkan produk-produk ke konsumen.

Selain kepentingan dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman dan juga pengelola Sleman *Mart*, perlu memperhatikan bagaimana kepentingan dari pelaku usaha mikro selaku kelompok sasaran dalam memutuskan untuk menggunakan dan mendaftar Sleman *Mart*. Dari hasil penelitian salah satu pelaku usaha mikro pengguna Sleman *Mart* dari kelompok usaha pertanian adalah pemasaran produk, dengan Sleman *Mart* pelaku usaha mikro tersebut berharap agar produknya dapat dipasarkan ke jangkauan yang lebih luas. Jangkauan pemasaran produk yang luas akan memberikan dampak positif pada peningkatan animo pembeli serta dapat membuat produk-produk usaha mikro dikenal di pasar luas. Hal serupa disampaikan oleh pengguna Sleman *Mart* lain dari kelompok usaha kuliner yang menyatakan bahwa adanya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan terbatasnya mobilitas, menjadi salah satu kepentingan pelaku usaha mikro tersebut untuk menggunakan Sleman *Mart*. Fasilitas Sleman *Mart* dilengkapi dengan fasilitas *same day delivery* sehingga membantu memudahkan pemasaran produk usaha mikro dan juga membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

b. Kepatuhan dan Daya Tanggap

Kepatuhan dan daya tanggap berkaitan dengan bagaimana respon dari implementator untuk keberhasilan suatu kebijakan tersebut. Kebijakan yang telah ditetapkan pemerintah memerlukan keseriusan dari implementator untuk mencapai hasil yang diharapkan. Pada pelaksanaan Sleman *Mart* yang menjadi salah satu implementasi pemberdayaan usaha mikro oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman pada tahun 2020-2021 telah berjalan dengan cukup baik. Meskipun di awal pembentukannya diterpa pandemi Covid-19, Sleman *Mart* tidak serta merta ditutup ataupun diberhentikan. Selama kurun waktu 2 tahun yakni tahun 2020 hingga tahun 2021, Sleman *Mart* telah diikuti oleh 162 pelaku usaha mikro. Di bawah ini disajikan jumlah pengguna Sleman *Mart* dalam kurun waktu 2020-2021:

Tabel 2

Pengguna Sleman *Mart* tahun 2020-2021

Tahun	Jumlah Pengguna Sleman <i>Mart</i>	Deskripsi
2020	158	Dalam kurun waktu satu tahun peningkatan jumlah pengguna Sleman <i>Mart</i> 4 pengguna
2021	162	

Sumber: Data Olahan Penulis (2021)

Berdasarkan grafik di atas, kenaikan jumlah pengguna Sleman *Mart* dari tahun 2020 hingga 2021 tidak mengalami kenaikan yang signifikan yakni hanya naik 4 angka. Jika berdasarkan angka tersebut, dapat dikatakan bahwa dinas belum melakukan upaya yang maksimal untuk mensosialisasikan dan mempublikasikan Sleman *Mart* agar dikenal banyak usaha mikro di wilayah Sleman dan masyarakat luas. Namun begitu, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman telah berupaya agar pelaksanaan Sleman *Mart* dapat berjalan sesuai dengan tujuan awal pembentukannya. Bentuk respon dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman agar pelaksanaan Sleman *Mart* berhasil diimplementasikan adalah berupaya totalitas dengan memberikan support sarana dan prasarana yang dibiayai oleh Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Sleman. Kemudian membantu menyediakan

sumber daya manusia yang kompeten yakni konsultan pada PLUT KUKM Kabupaten Sleman. Peran konsultan dalam implementasi Sleman *Mart* adalah melakukan kurasi bagi produk usaha mikro yang ingin ditampilkan di Sleman *Mart* sehingga bisa meningkatkan standarisasi produk UMKM di wilayah Sleman. Di samping itu membuat keputusan bersama melalui Perjanjian Kerja Sama dengan Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman yang di dalamnya terdapat hak dan kewajiban kedua belah pihak.

Selain itu, untuk memantau bagaimana kinerja dari pengelola Sleman *Mart* selaku perwakilan yang ditunjuk Koperasi Serba Usaha Ikapim Sleman maka dilakukan upaya monitoring dan evaluasi secara berkala oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman. Dalam hal memudahkan monitoring, Sleman *Mart* diikutkan pada Seksi Jaringan Usaha dan Kemitraan yang ada di Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman. Sedangkan untuk evaluasi dilakukan minimal 3 bulan sekali, akan tetapi evaluasi juga dapat dilakukan apabila terjadi masalah atau kendala. Tingkat kepatuhan dan respon dari pengelola Sleman *Mart* terhadap pelaksanaan Sleman *Mart* juga sudah cukup baik. Pengelola Sleman *Mart* sudah menjalankan kewajiban yang tertara dalam Perjanjian Kerja Sama. Namun yang masih belum maksimal adalah bagaimana melaporkan pelaksanaan Sleman *Mart* secara terperinci, seperti laporan mengenai perkembangan produk yang paling banyak terjual serta produk yang kurang mendapatkan respon dari masyarakat. Laporan tersebut diperlukan untuk menjadi pertimbangan dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman untuk berinovasi kedepannya.

KESIMPULAN

Keterbatasan akses pemasaran oleh para pelaku usaha mikro di Kabupaten Sleman sudah terjadi sejak tahun 2018. Hal tersebut diperparah dengan adanya keterbatasan terhadap akses teknologi informasi di era serba digital saat ini. Untuk memberikan kemudahan bagi pelaku usaha mikro untuk memasarkan produknya secara digital, maka Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman membangun fasilitas Sleman *Mart*. Berdasarkan temuan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa

implementasi Sleman *Mart* oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman yang diukur menggunakan teori Merilee S. Grindle pada dasarnya sudah berjalan cukup baik namun jika dilihat dari aspek indikator belum sepenuhnya memenuhi ketujuh indikator yang digunakan pada penelitian ini. Implementasi Sleman *Mart* pada tahun 2020-2021 masih terdapat kekurangan pada indikator sumber daya yang digunakan yaitu sarana dan prasarana yang belum tercukupi serta sumber daya manusia yang terbatas dan belum kompeten untuk melaksanakan kegiatan Sleman *Mart*. Oleh karena itu, diperlukan upaya optimalisasi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman untuk fasilitas Sleman *Mart* dengan memperhatikan sarana dan prasarana serta sumber daya manusianya serta meningkatkan upaya sosialisasi Sleman *Mart* agar diikuti lebih banyak usaha mikro dan lebih banyak masyarakat yang mengetahui fasilitas tersebut.

Berdasarkan temuan di atas, maka peneliti memberikan saran bahwa Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman serta Pengelola Sleman *Mart* perlu meningkatkan dan memperluas sosialisasi kepada pelaku usaha mikro dan masyarakat Kabupaten Sleman mengenai keberadaan fasilitas Sleman *Mart* agar lebih banyak lagi pelaku usaha mikro yang menggunakan Sleman *Mart* sehingga dapat meningkatkan transaksi di dalamnya. Selain itu, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman perlu memperhatikan sarana dan prasarana yang sudah mengalami penurunan fungsi agar kelancaran pelaksanaan Sleman *Mart* dapat berjalan dengan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- BPK. (2021). Dampak Dari Pandemi COVID-19, Perekonomian di DIY Alami Kontraksi 6,74 %. Retrieved from <https://yogyakarta.bpk.go.id/dampak-dari-pandemi-covid-19/>
- BPS. (2020). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2020. dataumkm.slemankab.go.id.
- (2021). PORTAL SISTEM SATU DATA UMKM Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman. Retrieved from <https://dataumkm.slemankab.go.id/portalv2>
- Hadiwardoyo, W. (2020). Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. *Baskara: Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(2), 83-92. <https://doi.org/10.24853/baskara.2.2.83-92>

- Ismail, & Bahgia, S. (2021). Digitalisasi Sebagai Strategi Revitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 5(2), 131–139. <https://doi.org/10.35870/emt.v5i2.431>
- Kriesdinar, M. (2021). Jumlah UMKM di Sleman Meningkatkan Signifikan di Masa Pandemi. Retrieved from Tribun Jogja website: <https://jogja.tribunnews.com/2021/06/06/jumlah-umkm-di-sleman-meningkat-signifikan-di-masa-pandemi#:~:text=TRIBUNJOGJA.COM - Jumlah UMKM di,unit usaha hingga Mei 2021.>
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 0(0), 59–64. <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Putra, F. I. F. S., Budiantoro, R. A., & Haziroh, A. L. (2021). Rekonstruksi pemulihan kinerja pemasaran berbasis pemberdayaan pada pelaku usaha mikro kecil di Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(1), 67–78. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i1.4017>
- Saputra, D. (2021). Survey BI: 87,5 Persen UMKM Indonesia Terdampak Pandemi Covid-19.
- Saraswati, B. D. (2020). Sleman Mart Sediakan Paket Sembako, Termasuk Paket untuk Lebaran. Retrieved from Harian Jogja website: <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2020/04/09/512/1036443/sleman-mart-sediakan-paket-sembako-termasuk-paket-untuk-lebaran>
- sembada.id. (2018). Pelaku UMKM Sleman Kesulitan Pasarkan Produk. Retrieved from <http://www.sembada.id/2018/02/pelaku-umkm-sleman-kesulitan-pasarkan.html>
- Situmorang, A. P. (2021). Menkop Teten: Pandemi Membuat UMKM Sulit Memasarkan Produk. Retrieved from Merdeka.com website: <https://www.merdeka.com/uang/menkop-teten-pandemi-membuat-umkm-sulit-memasarkan-produk.html>
- slemankab.go.id. (2021). Struktur Perekonomian Daerah. Retrieved from <http://www.slemankab.go.id/3331/struktur-perekonomian-daerah-2.slm>