

## Implementasi Kebijakan Pemasaran Produk Umkm Ditinjau Dari Teori Mcdm Dan Bauran Pemasaran

Ferdian Arie Bowo\*

\*Universitas Jayabaya

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

*Keywords:*  
semiotic analysis,  
campaign,  
covid-19

*The implementation of marketing policies for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) is expected to be competitive and sustainable so that it can provide added value in order to improve people's living standards and ensure the sustainability of the existence of natural resources, socio-cultural and economic life through integrated development processes and systems. By using a qualitative research approach. The theory that is the basis for this research is the theory of public policy. The results of the study found that the strategy and formulation of policy implementation refers to the Laws and Presidential Regulations. There are three policies issued to help several sectors in society, namely First, fiscal stimulus to encourage community economic growth. Second, Non-Fiscal Stimulus related to exports and imports. The non-fiscal policies issued by the government are expected to ease export and import activities during the COVID-19 pandemic. Third, Stimulus for the Financial Sector There are several policies issued to help the economic sector.*

Corresponding Author:  
Ferdian.ab@gmail.com

*Implementasi kebijakan pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) diharapkan dapat memiliki daya saing dan berkelanjutan sehingga dapat memberikan nilai tambah agar dapat meningkatkan standar hidup masyarakat dan menjamin keberlangsungan keberadaan sumber daya alam, kehidupan sosial budaya dan ekonomi melalui proses dan sistem pengembangan terpadu. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Teori yang menjadi pijakan dalam penelitian ini adalah teori kebijakan publik. Hasil penelitian menemukan bahwa strategi dan perumusan implementasi kebijakan dengan mengacu pada Undang-Undang dan Peraturan Presiden. Dengan adanya tiga kebijakan yang dikeluarkan untuk membantu beberapa sektor yang ada dalam masyarakat, yakni Pertama, Stimulus fiskal untuk mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Kedua, Stimulus Non Fiskal yang berkaitan dengan ekspor dan impor. Kebijakan non fiskal yang dikeluarkan oleh pemerintah diharapkan dapat meringankan kegiatan ekspor dan impor disaat pandemi wabah virus covid-19. Ketiga, Stimulus Untuk Sektor Keuangan Terdapat beberapa kebijakan yang dikeluarkan untuk membantu sektor perekonomian.*

## **PENDAHULUAN**

Pola pembangunan bidang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), merupakan bagian integral dan berkesinambungan antara tahapan dan proses pembangunan yang telah dilakukan dengan kondisi yang diinginkan dan atau akan dicapai dalam skala jangka menengah dan jangka panjang. Koordinasi yang efektif bergantung dari kerjasama dan prioritas tentang tindakan antara organisasi pemerintah dan antara Negara lain terkait dengan turis asing dan Investor. Koordinasi tersebut terkadang tidak akan tercapai karena adanya preferensi kebijakan yang berbeda antara Pemerintah Provinsi, Pemerintah Pusat, organisasi atau investor (Pastras & Bramwell, 2013).

Dalam Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang politik ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi usaha mikro, kecil dan menengah dan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah, memberikan penekanan bahwa pemberdayaan sebagai bagian internal ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran dan potensi strategi guna mewujudkan struktur perekonomian nasional yang diharapkan bisa tumbuh semakin maju, berkembang dan berkeadilan.

Peran penting keberadaan UMKM di Indonesia semakin terasa dalam proses pembangunan ekonomi nasional (Prasetyo, 2008). Dalam era globalisasi saat ini dan mendatang, peran keberadaan UMKM semakin penting yakni sebagai salah satu sumber devisa ekspor non-migas Indonesia, (Tambunan, 2002). Jika melihat peran lainnya dalam kaitannya dengan kebijakan penanggulangan kemiskinan dan pengangguran, maka pemerintah telah dan sedang berupaya untuk membangun dan memberdayakan UMKM di Indonesia. Hal ini dapat ditemukan dalam Peraturan Pemerintah No. 13 Tahun 2013 mengenai pelaksanaan Undang-undang No. 20 tahun 2008, yang bertujuan agar pemerintah membuat kebijakan mengenai program-program pemberdayaan UMKM. Kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan pemberdayaan UMKM adalah pemerintah memberikan izin usaha bagi para pelaku usaha untuk menjalankan suatu kegiatan usaha tertentu, pengembangan usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, bantuan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan serta daya saing usaha, adanya koordinasi dan pengendalian dari pemerintah.

Oleh sebab itu memerlukan implementasi kebijakan yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan

yang telah ditentukan oleh Pemerintah. Kebijakan pengembangan pemasaran yang berorientasi kepada peningkatan ekonomi daerah, masyarakat dan usaha pariwisata, dilakukan dengan beberapa strategi pemasaran. Pertama berupa peningkatan promosi kebudayaan, pariwisata dan ekonomi kreatif melalui pemasaran yang kreatif dan efektif, kedua peningkatan ketersediaan rekomendasi strategi pelaksanaan pemasaran kebudayaan, pariwisata dan ekonomi kreatif melalui pengembangan analisis pasar dan strategi pemasaran, serta ketiga peningkatan kuantitas dan kualitas bahan promosi. Dengan demikian implementasi kebijakan pemasaran UMKM dalam mewujudkan kebudayaan, pariwisata dan ekonomi kreatif yang berdaya saing dan berkelanjutan yang dapat memberikan nilai tambah dapat meningkatkan standar hidup masyarakat dan menjamin keberlangsungan keberadaan sumber daya alam, kehidupan sosial budaya dan ekonomi melalui proses dan sistem pengembangan terpadu.

Kebijakan pengembangan pemasaran yang berorientasi kepada peningkatan ekonomi daerah, masyarakat dan usaha pariwisata, dilakukan dengan beberapa strategi pemasaran. Oleh karena itu, agar implementasi kebijakan pemasaran produk pariwisata dan kebudayaan dapat dicapai atau dihasilkan dalam jangka waktu 5 (lima) tahun ke depan, dibutuhkan perumusan kebijakan teknis operasional dan sinkronisasi antar stakeholder baik di bidang UMKM dan Koperasi dalam mendiversifikasi promosi yang bertujuan untuk mengoptimalkan tingkat UMKM, karena sektor UMKM mempunyai multiplier effect yang sangat luar biasa. Berdasarkan fokus masalah dan sub fokus masalah maka penulis mengajukan pertanyaan penelitian dalam setiap Implementasi Kebijakan Pemasaran Produk Kebudayaan dan Pariwisata di Provinsi Banten.

## **KONSEP KEBIJAKAN PUBLIK**

Dye mengemukakan bahwa kebijakan sebagai pilihan pemerintah untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu, dengan hal tersebut bahwa suatu kebijakan publik sebagai suatu aturan yang mengatur kehidupan bersama yang harus ditaati dan berlaku mengikat seluruh warganya (Nugroho, 2009). Sedangkan Dunn menyatakan bahwa analisis kebijakan adalah suatu disiplin ilmu sosial terapan yang menggunakan berbagai macam metode penelitian dan argumen untuk menghasilkan dan memindahkan informasi yang relevan dengan kebijakan, sehingga dapat dimanfaatkan di tingkat politik dalam rangka memecahkan masalah-masalah kebijakan (Dunn, 2000).

Penekanan karakter relasional dari lembaga pemerintah, dengan lembaga lain dapat dilihat sebagai interaksi dengan bidang ekonomi, sosial-politik dan budaya, termasuk kepercayaan dan nilai-nilai, dan ini baik internal dan eksternal. Hal ini juga dianggap penting untuk berhubungan lembaga yang berbeda bersama-sama dan untuk memperhitungkan interaksi mereka dan evolusi bersama (Pierre, Peters & Stoker, 2008). Dari perspektif lembaga pemerintah dapat dipahami kebijakan publik sebagai praktik sosial yang “secara teratur dan terus menerus diulang, terkait dengan peran dan hubungan sosial, sanksi dan dikelola oleh norma-norma sosial” (Jessop, 2008).

Dalam hal proses kebijakan pemerintah dari studi tentang organisasi formal lebih terlihat dan struktur untuk juga mempertimbangkan aturan, nilai-nilai budaya (Dredge & Jenkins, 2007), dan praktek-praktek yang mendukung bagaimana pemerintah menjalankan kekuasaan (Peters, 2005). Dengan membawa struktur sosial bersama dengan instansi dan perilaku individu. Dengan demikian, pemerintah dan swasta dianggap memperbanyak atau mengubah konteks sosial. Kelima, perhatian diarahkan pada skala geografis kegiatan dan pengaruh pemerintah lebih terfokus pada skala nasional atau regional atau lebih lokal.

Dunn (2000) membedakan tiga bentuk utama analisis kebijakan publik, Pertama Analisis kebijakan prospektif; yang berupa produksi dan transformasi informasi sebelum aksi kebijakan dimulai dan diimplementasikan. Analisis kebijakan disini merupakan suatu alat untuk mensintesis informasi untuk dipakai dalam merumuskan alternatif dan preferensi kebijakan yang dinyatakan secara komparatif, diramalkan dalam bahasa kuantitatif dan kualitatif sebagai landasan atau penuntun dalam pengambilan keputusan kebijakan.

Kedua Analisis kebijakan retrospektif; sebagai penciptaan dan transformasi informasi sesudah aksi kebijakan dilakukan. Terdapat 3 tipe analisis berdasarkan kegiatan yang dikembangkan oleh kelompok analisis ini yakni analisis yang berorientasi pada disiplin, analisis yang berorientasi pada masalah dan analisis yang berorientasi pada aplikasi. Ketiga Analisis kebijakan yang terintegrasi; merupakan bentuk analisis yang mengkombinasikan gaya operasi para praktisi yang menaruh perhatian pada penciptaan dan transformasi informasi sebelum dan sesudah tindakan kebijakan diambil.

Kebijakan publik dalam praktik ketatanegaraan dan pemerintahan pada dasarnya terbagi dalam tiga prinsip yaitu: pertama dalam konteks bagaimana

merumuskan kebijakan publik (Formulasi kebijakan); kedua bagaimana kebijakan publik tersebut diimplementasikan dan ketiga bagaimana kebijakan publik tersebut dievaluasi (Nugroho, 2009).

### IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PUBLIK

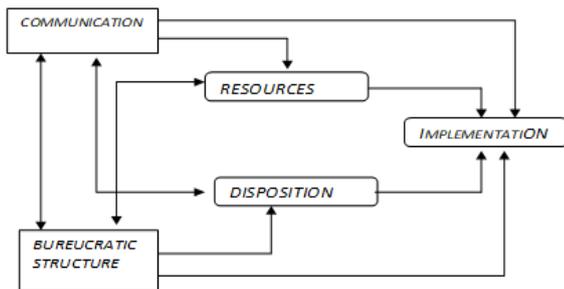
Implementasi merupakan salah satu proses melaksanakan apa yang telah direncanakan, menurut Nugroho (2009) dengan adanya konsep yang baik, 60% maka keberhasilan sudah di tangan, namun, 40% akan gagal jika proses implementasi tidak konsisten dengan konsep yang telah dibuat. Van Meter dan Van Horn menyatakan bahwa proses implementasi meliputi tindakan mereka oleh kelompok individu masyarakat atau swasta yang diarahkan pada pencapaian tujuan yang ditetapkan dalam keputusan sebelumnya (Widodo, 2021). Sedangkan menurut Jenkins studi implementasi adalah studi perubahan; bagaimana perubahan terjadi, bagaimana kemungkinan perubahan bisa dimunculkan (Parsons, 1919).

Birkland menunjukkan bahwa pendekatan untuk implementasi secara luas dapat dikategorikan menjadi tiga model yakni: “atas-bawah”, “bawah-atas” dan “interaktif atau hybrid” (Birkland, 2015). Dari implementasi perspektif atas-bawah dipahami sebagai pelaksanaan hirarkis kebijakan terpusat, dimana kebijakan diperkenalkan dari atas dan dilaksanakan oleh orang-orang di hirarki “bawah” (Pulz & Treib, 2007). Model dasar ini menunjukkan bahwa adalah untuk membedakan antara kebijakan dan implementasi, dan antara aktor kebijakan yang memobilisasi sumber daya pemerintah untuk mencapai tujuan kebijakan dan agen implementasi kebijakan yang menerima sumber daya ini untuk mencapai hasil kebijakan (Flanagan, Uyarra & Laranja, 2011).

Sebaliknya, pendekatan bawah-atas menekankan bahwa kebijakan tingkat atas, undang-undang dan peraturan yang sering kurang terhubung dengan apa yang sebenarnya terjadi di lapangan, karena berpotensi bertentangan, bersaing dan tumpang tindih dengan tujuan kebijakan yang dapat terjadi melalui beberapa lapisan pengambilan keputusan (Hupe, 2011). Sebuah pendekatan bawah-atas menunjukkan bahwa dalam kebijakan kenyataannya dibuat melalui praktik, yaitu melalui tindakan implementasi yang menentukan hasil kebijakan (Hupe, (2014). Namun demikian, pendekatan bawah-atas juga memiliki penekanan kebutuhan untuk mengenali kekuatan dikerahkan oleh pusat dalam mendistribusikan sumber daya dan membentuk lembaga (Ostrom, (2009).

### KONSEP MODEL IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PUBLIK

Dari beberapa model implementasi kebijakan, penulis menggunakan model Edward III sebagai salah satu sarana untuk memecahkan implementasi kebijakan pemasaran produk UMKM. Model George Edward III ((Widodo, 2021) menegaskan bahwa dalam menganalisis implementasi kebijakan publik diperlukan empat variabel, yaitu komunikasi (communications), sumber daya (resources), sikap (dispositions) dan struktur birokrasi (bureaucratic structure). Keempat variabel tersebut memengaruhi keberhasilan implementasi kebijakan tentang pemasaran produk UMKM dan keempat faktor (variabel) ini saling berhubungan satu sama lain.



Gambar 1. Edward III Model (Widodo, 2021).

- a) Komunikasi. Efektivitas implementasi dapat berjalan jikalau ukuran dan tujuan kebijakan dipahami oleh individu-individu yang bertanggungjawab dalam pencapaian tujuan kebijakan. Kejelasan ukuran dan tujuan kebijakan dengan demikian perlu dikomunikasikan secara tepat dengan para pelaksana. Komunikasi merupakan faktor yang penting dalam upaya mencapai tujuan suatu organisasi.
- b) Sumberdaya. Konsistensi dari implementasi kebijakan yakni dari sumberdaya dalam melakukan tugasnya, didalam sumberdaya komponen utama meliputi staf, keahlian dari para pelaksana, informasi yang relevan dan cukup untuk mengimplementasikan kebijakan dan pemenuhan sumber-sumber terkait dalam pelaksanaan program, adanya kewenangan yang menjamin bahwa program dapat diarahkan kepada sebagaimana yang diharapkan, serta adanya fasilitas-fasilitas pendukung yang dapat dipakai untuk melakukan kegiatan program seperti dana dan sarana prasarana.
- c) Disposisi. Dalam model diatas merupakan sikap pelaksana dalam melaksanakan kebijakan, dan juga reaksi pengguna sebagai komunikasi antara pelaksana dan pengguna. Sikap ini sangat penting untuk mencapai hasil yang efektif dan efisien. Sehingga, pelaksana tidak akan hanya tahu apa yang harus dilakukan dan memiliki kemampuan untuk melakukan tugas. Disposisi

menunjukkan sikap yang dimiliki oleh pelaksana, jika pelaksana memiliki sikap yang baik, maka mereka dapat menjalankan kebijakan serta seperti apa yang diharapkan oleh pembuat kebijakan. Sikap dan perilaku yang ditunjukkan oleh pelaksana pendidikan masih lebih berdiri untuk elit untuk kedua birokrat dan politik. Jika kondisi ini mendekati dengan pandangan dari model Edward III akan menunjukkan keberpihakan diarahkan kepada para pemangku kepentingan, sehingga permintaan ini sikap yang baik dan perilaku.

- d) Struktur Birokrasi. Kebijakan yang kompleks membutuhkan kerjasama banyak orang, serta pemborosan sumberdaya akan mempengaruhi hasil implementasi. Perubahan yang dilakukan tentunya akan mempengaruhi individu dan secara umum akan mempengaruhi sistem dalam birokrasi. Oleh karena itu diperlukan adanya struktur birokrasi yang efisien, masalah pelaksanaan masih dapat timbul terutama ketika berhadapan dengan kebijakan yang kompleks.

#### METODE PENELITIAN

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan data yang dilapangan dengan cara menguraikan dan menginterpretasikan, dan menghubungkan sebab akibat terhadap sesuatu yang terjadi pada saat penelitian, dengan tujuan memperoleh gambaran realita mengenai proses kebijakan pemasaran produk kebudayaan dan pariwisata yang dapat diimplementasikan. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan positivis. Pendekatan ini dipilih karena menggunakan logika deduktif yang menempatkan teori sebagai titik tolak utama dalam penelitian. Teori menjadi pedoman penting dalam merencanakan penelitian. Teori yang menjadi pijakan dalam penelitian ini adalah teori kebijakan publik dengan strategi peningkatan pemodelan hubungan dalam konteks perencanaan kebijakan UMKM dan pengelolaannya. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif. Menurut Miles dan Huberman model analisis interaktif meliputi reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan yang dilakukan dengan bentuk interaktif dengan proses pengumpulan data (data collecting) sebagai suatu siklus (Emzir, 2010).

#### HASIL DAN DISKUSI

##### STRATEGI DAN PERUMUSAN IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMASARAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH

Hasil penelitian menemukan dari strategi dan perumusan implementasi kebijakan pemasaran dengan mengacu pada Pasal 19 ayat (2) Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Nasional, bahwa dalam melakukan perencanaan strategi pemasaran melalui pendekatan perencanaan pembangunan yakni memperhatikan dan mengadopsi berbagai kebutuhan, kepentingan serta masukan dari stakeholders Pemerintah, Swasta dan Masyarakat dan disesuaikan dengan konsep perencanaan pembangunan daerah pada skala makro yakni Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah, Rencana strategi Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.

Menurut (Aliyani Firdaus et al., 2020) terdapat tujuh faktor penting yang harus diperhatikan dan dilakukan oleh sebuah perusahaan agar dapat bertahan dan berkembang dalam waktu yang lama, yaitu : 1) Kesatuan Visi dan Misi (Strategic Intens) sebuah perusahaan, 2) Pengambilan keputusan yang tepat, 3) Manajemen Keuangan yang terus terencana, 4) Perencanaan bisnis, 5) Manajemen tim dalam perusahaan, 6) Eksekusi, 7) Saat yang tepat memulai usaha. Selain hal-hal tersebut diperlukan pula perencanaan ulang juga dengan menyiapkan rencana cadangan sebagai upayaantisipasi berbagai kemungkinan seperti adanya pandemi yang merupakan hal yang tidak bisa diperkirakan.

Mengenai strategi dan perumusan implementasi kebijakan pemasaran perlu merumuskan sesuai dengan peraturan-peraturan baik dari peraturan daerah ataupun dari pemerintah pusat, serta dalam penentuan suatu kebijakan. Menurut Anggraeni, Ningtiyas & Nurdiyah, (2021) dapat diterapkan berupa strategi jangka pendek dan strategi jangka panjang, yakni.

Strategi jangka pendek dengan menggunakan digital marketing yang perlu diperkenalkan kepada pelaku UMKM untuk menjadi salah satu strategi promosi dan pemasaran yang efisien. Asosiasi pelaku usaha seperti Apindo, Kadin, dan IPMI perlu ikut aktif mensosialisasikan kebijakan pemerintah dan mendorong agar seluruh stakeholder dalam bisnis UMKM mengambil peran terbaik. Dan keberhasilan kebijakan pemerintah adalah upaya penyederhanaan proses administrasi terkait dengan kebijakan pelonggaran atau penundaan pembayaran kredit bagi UMKM (Anggraeni, Ningtiyas & Nurdiyah, 2021).

Sedangkan strategi jangka Panjang dapat diberikan dengan menggunakan Pemerintah perlu membuat peta jalan (road map) pengembangan UMKM

dalam menghadapi dunia bisnis pasca Covid-19 secara khusus dan dunia bisnis secara umum. Penguatan pembangunan teknologi digital untuk mendukung aktivitas ekonomi UMKM. Pemerintah dapat menyediakan model pembinaan UMKM dengan menggandeng institusi atau lembaga akademis bidang kewirausahaan dan manajemen bisnis agar UMKM dapat menjadi wujud nyata praktik bisnis sesuai dengan perkembangan dunia usaha (Anggraeni, Ningtiyas & Nurdiyah, 2021).

Pembentukan hukum praktis perlu berorientasi pada asas-asas hukum, sebab sebagai dasar-dasar atau petunjuk arah dalam pembentukan hukum positif. Basis atau landasan suatu sistem kaedah-kaedah penilaian yang fundamental yang dinamakan asas-asas hukum. Asas hukum sebagai pikiran-pikiran dasar yang terdapat di dalam dan di belakang sistem hukum masing-masing dirumuskan dalam peraturan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim dan seterusnya, sehingga tampak jelas bahwa peranan asas hukum sebagai meta kaedah berkenaan dengan kaedah dalam bentuk sebagai kaedah perilaku (Hetharie & Tulia, (2021).

#### **IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMASARAN PRODUK USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH**

Pemerintah sebagai fasilitator, memiliki peran dalam memfasilitasi UMKM untuk mencapai tujuan pengembangan usaha yang dimiliki oleh UMKM. Sebagai regulator, pemerintah berfungsi untuk menjaga kondisi lingkungan usaha tetap kondusif untuk melakukan investasi yang dilakukan dengan mengatur Suku Bunga Bank Indonesia (SBI) dan membuat kebijakan tentang aturan-aturan persaingan usaha. Selanjutnya peran pemerintah daerah sebagai katalisator pengembangan UMKM adalah mempercepat proses berkembangnya UMKM menjadi fast moving enterprise. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, bahwa Koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah menjadi bagian dari Urusan Konkuren (Hetharie & Tulia, (2021), hal ini menggambarkan bahwa adanya Kewenangan Daerah berdasarkan Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 untuk mengurus Bidang Koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah sesuai dengan otonomi daerahnya masing-masing.

Secara khusus, berkaitan dengan usaha mikro, kecil, dan menengah. Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Kabupaten/Kota diberikan kewenangan untuk Sub Urusan Pemberdayaan usaha mikro, ke-

cil dan menengah, Pemerintah Provinsi diberikan kewenangan meliputi:

- a) Pemberdayaan usaha kecil yang dilakukan melalui pendataan, kemitraan, kemudahan perijinan, penguatan kelembagaan dan koordinasi dengan para pemangku kepentingan;
- b) Pengembangan usaha kecil dengan orientasi peningkatan skala usaha menjadi usaha menengah.

Sedangkan Pemerintah Kabupaten/Kota memiliki kewenangan untuk Bidang Koperasi dan UMKM meliputi:

- a) Pemberdayaan usaha mikro yang dilakukan melalui pendataan, kemitraan, kemudahan perijinan, penguatan kelembagaan dan koordinasi dengan para pemangku kepentingan;
- b) Pengembangan usaha mikro dengan orientasi peningkatan skala usaha menjadi usaha kecil.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2020), mengeluarkan lima skema perlindungan dan pemulihan di tengah pandemi Covid-19, sebagai berikut:

- a. Pemberian Bantuan Sosial Bantuan sosial diberikan kepada pelaku UMKM yang masuk dalam kategori miskin dan rentan. Termasuk dalam skema bantuan sosial ini adalah penurunan tarif listrik 50% untuk pelanggan listrik dengan kapasitas 450 watt dari tiga bulan (Arifin, 2020).
- b. Insentif Perpajakan Pemberian insentif pajak bagi UMKM ini diberikan dengan omset kurang dari Rp 4,8 miliar per tahun. Wujud stimulus untuk PPh sebesar 0% diberikan selama enam bulan yaitu periode April s.d. September 2020.
- c. Relaksasi dan Restrukturisasi Kredit bagi UMKM Kebijakan yang dikeluarkan pada tanggal 13 Maret 2020 sebagai respon non fiskal berupa pelonggaran atau restrukturisasi pinjaman bank ke UMKM berbarengan dengan penyederhaan proses sertifikasi untuk eksportir dari kemudahan impor bahan mentah (OECD, 2020).
- d. Perluasan Pembiayaan Model Kerja UMKM Dilakukan dengan mendorong perbankan untuk dapat memberikan kredit lunak kepada UMKM.
- e. Penyediaan Penyangga Produk Produk koperasi dan UMKM di bidang pertanian, perikanan, kuliner dan industri rumah tangga perlu mendapatkan dukungan penyangga.

Jika melihat hal tersebut, maka dapat disederhanakan menjadi tiga kebijakan yang dikeluarkan untuk membantu beberapa sektor yang ada dalam masyarakat diantaranya (Sulchan, et al, (2021). Pertama, Stimulus fiskal untuk mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Yakni (Sulchan, et al, (2021).:

- a) Melakukan bebas pajak penghasilan atau PPh pasal 21 selama 6 bulan untuk industri pengolahan. Mempertahankan daya konsumsi masyarakat yang bekerja disektor industri. Peraturan ini mulai berlaku bulan April hingga September 2020.
- b) Memberikan tunda pembayaran penghasilan impor atau PPh pasal 22 selama 6 bulan. Peraturan ini berlaku dari April hingga September 2020.
- c) Memberikan keringanan pajak PPh pasal 25 sebesar 60 % selama 6 bulan. Peraturan berlaku dari bulan April hingga September 2020. Program ini memberikan ruang cash flow untuk industri dengan keringanan pajak, berlaku pada April hingga September 2020
- d) Memberikan bebas pajak bagi restoran dan hotel selama 6 bulan. Program tersebut berlaku untuk 10 destinasi wisata dan 33 kota dan kabupaten. Peraturan ini berlaku pada bulan April hingga September 2020.
- e) Memberikan penyaluran untuk bantuan sosial secara cepat, subsidi untuk perumahan rakyat hingga program kartu pra-kerja.
- f) Memberikan diskon- diskon khusus untuk tiket pesawat ke penerbangan tempat wisata tertentu.
- g) Bantuan dan asuransi kepada para tenaga kesehatan yang menangani pasien-pasien yang terjangkit wabah virus corona.
- h) Relaksasi restitusi untuk pajak pertambahan nilai atau PPN dipercepat selama 6 bulan. Digunakan untuk memberikan keringanan likuiditas pada perusahaan yang terdampak pandemi Covid-19.

Kedua, Stimulus Non Fiskal yang berkaitan dengan ekspor dan impor. Kebijakan non fiskal yang dikeluarkan oleh pemerintah diharapkan dapat meredakan kegiatan ekspor dan impor disaat pandemi wabah virus covid-19, yakni (Sulchan, et al, (2021).:

- a) Mempercepat kegiatan impor dan ekspor untuk pelaku usaha yang memiliki reputasi yang baik.

- b) Mempercepat proses impor dan ekspor dengan National Logistic System.
- c) Pengurangan atau penyederhanaan pelarangan terbatas untuk kegiatan ekspor sehingga bisa memberikan kegiatan ekspor berjalan lancar serta dapat meningkatkan persaingan ekspor.
- d) Pengurangan atau penyederhanaan pelarangan terbatas untuk kegiatan impor perusahaan yang berstatus sebagai produk pangan yang strategis, produsen dan komoditi obat, hotikultura, makanan dan bahan obat.

Ketiga, Stimulus Untuk Sektor Keuangan Terdapat beberapa kebijakan yang dikeluarkan untuk membantu sektor perekonomian di antaranya (Sulchan, et al, (2021).:

- a) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memberikan relaksasi atau kelonggaran untuk emiten melakukan buy-back saham tanpa melakulan mekanisme dalam rapat umum pemegang saham.
- b) Relaksasi atau kelonggaran restrukturisasi kredit
- c) Relaksasi pembayaran untuk iuran program jaminan sosial pada tenaga kerja yang bekerja disektor yang terkena dampak Covid-19.
- d) Bank Indonesia (BI) membuat aturan untuk underlying transaksi untuk para investor yang ma-

- suk Indonesia agar memperluas untuk melindungi nilai tukar rupiah.
- e) Adanya penurunan untuk suku bunga acuan Indonesia 50 BPS dan giro wajib minimum Rupiah maupun valuta asing.

#### KESIMPULAN

Strategi dan perumusan implementasi kebijakan dengan mengacu pada Undang-Undang dan Peraturan Presiden. Dalam Pelaksanaan implementasi kebijakan pemasaran produk, bahwa Pemerintah sebagai fasilitator, regulator, dan peran pemerintah daerah sebagai katalisator telah mengeluarkan beberapa kebijakan yang memudahkan bagi pelaku usaha UMKM yang terintegrasi dari pusat hingga ke daerah. Dengan adanya tiga kebijakan yang dikeluarkan untuk membantu beberapa sektor yang ada dalam masyarakat, yakni Pertama, Stimulus fiskal untuk mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Kedua, Stimulus Non Fiskal yang berkaitan dengan ekspor dan impor. Kebijakan non fiskal yang dikeluarkan oleh pemerintah diharapkan dapat meringankan kegiatan ekspor dan impor disaat pandemi wabah virus covid-19. Ketiga, Stimulus Untuk Sektor Keuangan Terdapat beberapa kebijakan yang dikeluarkan untuk membantu sektor perekonomian.

#### REFERENSI

- Anggraeni, W. C., Ningtias, W. P., & Nurdiyah, N. (2021). Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 3(1), 47-65.
- Birkland, T. A. (2015). *An introduction to the policy process: Theories, concepts, and models of public policy making*. Routledge.
- Dredge, D., & Jenkins, J. (Eds.). (2007). *Tourism planning and policy*. Sydney and Melbourne: Wiley.
- Dunn, William N., (2000). *Public policy analysis; An introduction*. New Jersey: Person education.
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Flanagan, K., Uyarra, E., & Laranja, M. (2011). Reconceptualising the 'policy mix' for innovation. *Research policy*, 40(5), 702-713.
- Hetharie, Y., & Tulia, A. L. (2021). Pengaturan Hukum tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Maluku. *Bacarita Law Journal*, 1(2), 70-77.
- Hupe, P. (2014). What happens on the ground: Persistent issues in implementation research. *Public Policy and Administration*, 29(2), 164-182.
- Hupe, P. L. (2011). The thesis of incongruent implementation: Revisiting Pressman and Wildavsky. *Public Policy and Administration*, 26(1), 63-80.
- Jessop, B. (2008). Institutions and institutionalism in political economy: a strategic-relational approach. *Debating institutionalism*, 210-231.
- Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang politik ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi usaha mikro, kecil dan menengah .

- Nugroho, R. (2020). *Public Policy 6-Edisi Revisi*. Elex Media Komputindo.
- Ostrom, E. (2009). *Understanding institutional diversity*. Princeton university press.
- Pastras, P., & Bramwell, B. (2013). A strategic-relational approach to tourism policy. *Annals of Tourism Research*, 43, 390-414.
- Peraturan Pemerintah No. 13 Tahun 2013 mengenai pelaksanaan Undang-undang No. 20 tahun 2008.
- Peters, B. G. (2005). "Institutional theory in political science: The new institutionalism". London: Continuum
- Pierre, J., Peters, B. G., & Stoker, G., (2008). *The promise and performance of institutional analysis: Conclusions*. Manchester: Manchester University Press.
- Prasetyo, P. E. (2008). Peran usaha mikro kecil dan menengah (umkm) dalam kebijakan penanggulangan kemiskinan dan pengangguran. *Akmenika Upy*, 2(1), p1-13.
- Pulz, H., & Treib, O., (2007). Policy implementation. Dalam F. Fischer, G. Miller, & M. Sidney (2015), *Handbook of public policy analysis: Theory, politics and methods*. Boca Raton: CRC Press.
- Sulchan, M., Maslihatin, M. Z., Sari, E. S., Yulikah, A., & Sujianto, A. E. (2021). Analisis strategi dan kebijakan pemerintah dalam memberikan stimulus ekonomi terhadap umkm terdampak pandemi covid-19. *JAE (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 6(1), 85-91.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah
- Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Nasional
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah.
- Wayne Parsons. (1919). *Public Policy :Pengantar Teori dan Praktis Analisis Kebijakan* diterjemahkan oleh Santoso, T. W. B., (2006). Jakarta: Prenada.
- Widodo, J. (2021). *Analisis kebijakan publik: Konsep dan aplikasi analisis proses kebijakan publik*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).