

EVALUASI KEBIJAKAN "TUKA-TUKU PURBALINGGA" SEBAGAI MEDIA PEMASARAN UMKM DI KABUPATEN PURBALINGGA

Ading Angga Prasetiyo

adinganggap@gmail.com

Departemen Politik dan Pemerintahan, FISIP,

Universitas Diponegoro

Laman : www.fisip.undip.ac.id Pos-el : fisip@undip.ac.id

ABSTRAK

Pemerintah Purbalingga mengeluarkan kebijakan Tuka-Tuku Purbalingga yang memiliki tujuan sebagai media pemasaran, memberikan fasilitas untuk pelaku usaha, dan mewujudkan masyarakat yang mencintai produk lokal UMKM di Kabupaten Purbalingga. Selama keberjalanannya 5 tahun terakhir terdapat masalah seperti kebijakan tidak menyasar kepada seluruh pelaku UMKM, penjualan *online* yang stuck tidak mengalami peningkatan, dan motivasi pelaku UMKM yang rendah. Tujuan penelitian ini adalah mengevaluasi kebijakan Tuka Tuku Purbalingga dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Informasi serta data yang didapatkan dilakukan dengan cara menggunakan teknik wawancara, dokumentasi, observasi. Kemudian wawancara dengan narasumber Kepala Bidang UMKM, Koordinator Tuka Tuku, Admin Tuka Tuku, pelaku UMKM yang sudah tergabung dan yang belum tergabung, serta 3 masyarakat yang pernah membeli produk Tuka Tuku Purbalingga. Untuk menunjang data penelitian, maka penelitian ini juga menggunakan studi literatur yang didapatkan dari internet, jurnal, dan dokumen penting lainnya. Penelitian ini menggunakan indikator kriteria evaluasi kebijakan menurut William N. Dunn yaitu Efektivitas; Efisiensi; Kecukupan; Pemerataan; Responsivitas; Ketepatan. Hasil penelitian menunjukkan 1) Efektivitas belum berhasil karena kebijakan ini hanya mengarah kepada UMKM yang mapan saja. 2) Kebijakan ini sudah Efisien karena keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk menjalankan kebijakan Tuka Tuku Purbalingga. 3) Kecukupan belum berhasil karena perlu adanya SDM yang mempunyai pengetahuan dalam *digital marketing* dan bisnis agar tercipta inovasi baru. 4) Pemerataan belum berhasil karena yang tergabung ke dalam Tuka-Tuku yang sudah lolos kurasi yang dilakukan oleh Dinkop UKM Purbalingga hanya UMKM yang sudah mapan. 5) Responsivitas belum berhasil karena kurangnya sosialisasi yang aktif dari Tuka Tuku agar informasinya sampai di lapisan masyarakat Purbalingga dan pelaku usaha. 6) Ketepatan sudah berhasil dengan dibuktikan perubahan yang signifikan pelaku UMKM dari sebelum dan sesudah tergabung ke dalam kebijakan tersebut. Saran yang tepat untuk kebijakan Tuka-Tuku Purbalingga adalah Dinkop UKM Purbalingga perlu melakukan pendalaman pemahaman terkait kebijakan Tuka Tuku kepada pelaku UMKM agar memberi motivasi dan meningkatkan minat pelaku usaha, serta perlu adanya keterbukaan akses informasi agar mudah dijangkau oleh pelaku UMKM dan masyarakat.

Kata Kunci : Evaluasi Kebijakan, Tuka-Tuku Purbalingga, Faktor-Faktor keberhasilan dan Kegagalan

ABSTRACT

The Purbalingga government issued the Tuka-Tuku Purbalingga policy which has the aim of being a marketing medium, providing facilities for business actors, and realizing a society that loves local UMKM products in Purbalingga Regency. During its implementation in the last 5 years, there have been problems such as the policy not targeting all UMKM players, stuck online sales have not increased, and low motivation of UMKM players. The purpose of this research is to evaluate the Tuka Tuku Purbalingga policy using qualitative research methods with a case study approach. Information and data obtained were carried out by using interview techniques, documentation, observation. Then interviews with resource persons from the Head of the UMKM Division, Tuka Tuku Coordinator, Tuka Tuku Admin, UMKM players who have joined and those who have not joined, and 3 people who have bought Tuka Tuku Purbalingga products. To support the research data, this research also uses literature studies obtained from the internet, journals, and other important documents. This research uses indicators of policy evaluation criteria according to William N. Dunn, namely Effectiveness; Efficiency; Adequacy; Equity; Responsiveness; Accuracy. The results showed 1) Effectiveness has not been successful because this policy only leads to established UMKM. 2) This policy has been Efficient because the benefits obtained are greater than the costs incurred by the government to implement the Tuka Tuku Purbalingga policy. 3) Adequacy has not been successful because there is a need for human resources who have knowledge in digital marketing and business in order to create new innovations. 4) Equity has not been successful because those incorporated into Tuka-Tuku who have passed the curation conducted by the Purbalingga UKM Dinkop are only established UMKM. 5) Responsiveness has not been successful due to the lack of active socialization from Tuka Tuku so that the information reaches the Purbalingga community and business actors. 6) Density has been successful as evidenced by significant changes in UMKM actors from before and after joining the policy. The right suggestion for the Purbalingga Tuka-Tuku policy is that the Purbalingga UKM Dinkop needs to deepen the understanding of the Tuka Tuku policy to UMKM actors in order to motivate and increase the interest of business actors, and there is a need for open access to information so that it is easily accessible to UMKM actors and the community.

Keywords: Policy Evaluation, Tuka-Tuku Purbalingga, Success and Failure Factors

PENDAHULUAN

Keberhasilan pembangunan suatu negara tidak terlepas dari campur tangan pemerintah dalam menghasilkan dan merealisasikan kebijakan sesuai permasalahan yang sedang dihadapi. Dalam prosesnya, sebuah kebijakan baik berupa program maupun kegiatan seringkali mengalami distorsi-distorsi di dalam prosesnya, sehingga kebijakan tersebut memberikan dampak kegagalan suatu kebijakan publik dalam pengimplementasian program dan kebijakan, atas dasar tersebut maka diperlukan sebuah evaluasi kebijakan publik yang lahir dari serangkaian input, proses dan output. Evaluasi memiliki tujuan untuk mengetahui apakah kebijakan tersebut layak untuk dilanjutkan atau tidak. Evaluasi kebijakan penting dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari suatu kebijakan dengan melihat seberapa jauh suatu kebijakan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Salah satu permasalahan kebijakan yang perlu mendapatkan evaluasi kebijakan dalam menangani dan memberikan solusi terhadap permasalahan publik adalah Program Tuka-Tuku Purbalingga sebagai media pemasaran UMKM di Kabupaten Purbalingga. Program yang dibuat pada masa kepemimpinan Bupati Tasdi ini sudah ada sejak bulan Januari tahun 2017, hal tersebut mengimplementasikan misi Bupati Tasdi yang ke-5 yaitu meningkatkan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi kerakyatan melalui simpul-simpul ekonomi, industri manufaktur, pengembangan pariwisata, pertanian dan komoditas lainnya untuk menciptakan Purbalingga yang pro investasi.

Pada tahun 2019, program Bela Beli Purbalingga secara lebih lanjut dikembangkan menjadi program Tuka-Tuku Purbalingga sebagai perwujudan dari identitas produk UMKM Purbalingga yang mempunyai kekuatan merek jika dibandingkan dengan produk-produk

UMKM di daerah lain. Hal ini diperkuat dengan adanya Peraturan Bupati Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Tuka Tuku Produk Purbalingga. Dalam program Tuka Tuku Purbalingga, para pelaku UMKM diberi fasilitasi oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Purbalingga melalui kegiatan pendampingan, pelatihan pengembangan usaha, bantuan pemasaran produk yang diberikan agar tercipta pelaku usaha yang naik kelas dan mampu meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi pada kegiatan usahanya.

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu mengadapai tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011).

Dalam keberjalanannya selama 5 tahun terakhir ini terdapat beberapa masalah yang menjadi bahan evaluasi Dinkop UKM Purbalingga kedepannya terhadap kebijakan Tuka-Tuku Purbalingga ini. Masalah yang pertama terjadinya bias UMKM yang sudah mapan, dalam implementasinya kebijakan ini hanya mengarah kepada UMKM yang sudah mapan dari segi perizinan, kemasan modern, dan sertifikasi halal tanpa memperhatikan UMKM yang masih membutuhkan bantuan agar usahanya terus berkembang.

Permasalahan selanjutnya adalah bias anggota Tuka-Tuku Purbalingga yang terbatas menunjukan bahwasanya anggota yang tergabung hanya berpusat di pusat kota saja tanpa memperhatikan para pelaku UMKM yang ada di pelosok desa. Jumlah

anggota Tuka-Tuku yang tidak mencapai angka lebih dari 100, hal tersebut menunjukkan kalau pelaku UMKM yang sudah mapan akan semakin maju dan pelaku UMKM yang masih tertinggal akan semakin tertinggal. Kemudian motivasi pelaku UMKM yang masih rendah juga menjadi faktor utama.

Bias informasi yang tertutup juga merupakan masalah yang terjadi dalam keberjalanannya sejauh ini para pelaku usaha UMKM kesulitan mendapatkan akses informasi dari Dinkop UKM Purbalingga. Banyak pelaku UMKM yang masih banyak gaptek terhadap teknologi. Masalah ini yang seharusnya menjadi perhatian pemerintah untuk mencari solusi bagaimana caranya informasi bisa sampai ke seluruh pelaku UMKM yang ada di Purbalingga khususnya dalam mengurus dokumen perizinan.

Berdasarkan latar permasalahan dan urgensi program Tuka-Tuku Purbalingga terhadap para pelaku UMKM yang ada di Purbalingga, maka penelitian ini berusaha mengkaji lebih dalam mengenai evaluasi kebijakan Untuk melihat program ini telah berjalan sesuai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan yaitu dapat memberi fasilitas bagi pelaku usaha di Purbalingga dalam mengembangkan usaha yang naik kelas, memasarkan produk, serta mewujudkan masyarakat yang mencintai produk lokal supaya masyarakat mau membela dan membeli produk-produk UMKM khas Purbalingga. Sehingga kebijakan Program Tuka-Tuku Purbalingga dapat dirasakan manfaatnya bagi para pelaku UMKM dan sejalan dengan tujuan dibentuknya program ini.

LANDASAN TEORI

Pemberdayaan

Mahidin (2006), mengemukakan bahwa pemberdayaan dapat diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan seseorang atau kelompok

sehingga mampu melaksanakan tugas dan kewenangannya sebagaimana tuntutan kinerja tugas tersebut. Pemberdayaan merupakan proses yang dapat dilakukan melalui berbagai upaya, seperti pemberian wewenang, meningkatkan partisipasi, memberikan kepercayaan sehingga setiap orang atau kelompok dapat memahami apa yang akan dikerjakannya, yang pada akhirnya akan berimplikasi pada peningkatan pencapaian tujuan secara efektif dan efisien.

Konsep pemberdayaan yang dilakukan bertujuan pada pemberdayaan bidang ekonomi dan bidang sosial, dengan maksud kelompok sasaran dapat mengelola usahanya, kemudian memasarkan dan membentuk siklus pemasaran yang relatif stabil dan agar kelompok sasaran dapat menjalankan fungsi sosialnya kembali sesuai dengan peran dan tugas sosialnya. Keberdayaan masyarakat merupakan unsur dasar yang memungkinkan suatu masyarakat bertahan dan dalam pengertian yang dinamis mengembangkan diri dan mencapai kemajuan. Keberdayaan masyarakat itu sendiri menjadi sumber dari apa yang di dalam wawasan politik disebut sebagai ketahanan nasional. Artinya apabila masyarakat memiliki kemampuan ekonomi yang tinggi, maka hal tersebut merupakan bagian dari ketahanan ekonomi nasional (Rukminto, 2008).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 3 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yaitu:

1. Usaha Mikro adalah Usaha Produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha

- Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang ini.
 3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Prinsip dan tujuan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sesuai UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yaitu: Prinsip pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah:

1. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil, menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri.
2. Perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan.
3. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi Usaha, Mikro, kecil dan menengah.

4. Peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
5. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Pada Bab II pasal 5 UU No 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah:

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri
3. Meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan

Evaluasi Kebijakan

Mengevaluasi dampak suatu program atau kebijakan publik diperlukan adanya suatu kriteria untuk mengukur keberhasilan program atau kebijakan publik tersebut. Mengenai kinerja kebijakan dalam menghasilkan informasi terdapat kriteria evaluasi kebijakan menurut William N. Dunn yaitu sebagai berikut:

1. EFEKTIVITAS
Efektif adalah pencapaian hasil yang sesuai dengan tujuan seperti yang telah ditetapkan, sehingga efektivitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran yang telah di tetapkan. William N. Dunn berpendapat bahwa Efektivitas berkenaan dengan apakah suatu alternatif mencapai hasil (akibat) yang diharapkan atau mencapai

tujuan dari diadakannya tindakan, yang secara dekat berhubungan dengan rasional teknis, selalu diukur dari unit produk atau pelayanan atau nilai moneter.

2. EFISIENSI

Efisiensi berkaitan dengan jumlah usaha yang diperlukan untuk menghasilkan tingkat efektivitas tertentu. efisiensi merupakan sinonim dari rasionalitas ekonomi, adalah merupakan hubungan antara efektivitas dan usaha, yang terakhir umumnya diukur dari ongkos moneter. efisiensi biasanya ditentukan melalui perhitungan biaya per unit produk atau layanan. kebijakan yang mencapai efektivitas tertinggi dengan biaya terkecil dinamakan efisien.

3. KECUKUPAN

Kecukupan berkaitan dengan seberapa jauh suatu tingkat efektivitas memuaskan kebutuhan, nilai, atau kesempatan yang menumbuhkan adanya masalah, dari pengertian tersebut kecukupan masih berhubungan dengan efektivitas dengan mengukur atau memprediksi seberapa jauh yang ada dan dapat memuaskan kebutuhan, nilai atau kesempatan dalam menyelesaikan masalah yang terjadi.

4. PERATAAN/KESETARAAN

Kesetaraan dalam kebijakan berhubungan dengan rasionalitas legal dan sosial dan menunjuk pada distribusi akibat dan usaha antara kelompok-kelompok yang berbeda dalam masyarakat. Kebijakan yang berorientasi pada perataan adalah kebijakan yang akibatnya atau usaha secara adil didistribusikan.

5. RESPONSIVITAS

Daya tanggap atau responsivitas dalam kebijakan alternatif dapat diartikan sebagai respon dari suatu aktivitas, yang berarti tanggapan sasaran kebijakan alternatif atas

penerapan suatu kebijakan. Daya tanggap berkaitan dengan seberapa jauh suatu kebijakan dapat memuaskan kebutuhan, preferensi, atau nilai kelompok-kelompok masyarakat tertentu.

6. KETEPATAN

Ketepatan merujuk pada nilai atau harga diri tujuan program dan pada kuatnya asumsi yang melandasi tujuan-tujuan tersebut. kriteria yang dipakai untuk menseleksi sejumlah alternatif untuk dijadikan rekomendasi dengan menilai apakah hasil dari alternatif yang direkomendasikan tersebut merupakan pilihan tujuan yang layak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk menggambarkan masalah permasalahan yang sebenarnya terjadi di lapangan. Situs penelitian berada pada Dinas Koperasi dan UKM Purbalingga. Subjek dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas UMKM Purbalingga, Koordinator Tuka-Tuku Purbalingga, Admin Tuka-Tuku Purbalingga, Pelaku UMKM tergabung dan tidak tergabung, masyarakat. Sumber data penelitian ini diperoleh melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bias UMKM Yang Sudah Mapan

Berdasarkan kondisi yang terjadi sekarang, peneliti menemukan bahwa terjadi kesenjangan antara jumlah UMKM yang ada di Purbalingga dengan jumlah UMKM yang sudah tergabung ke dalam Tuka-Tuku Purbalingga. Hal tersebut disebabkan karena Dinkop UKM Purbalingga hanya mengarah kepada pelaku UMKM yang sudah siap secara dokumen dan matang secara mindset. Menurut temuan masih banyak dijumpai pelaku UMKM tidak tau secara detail informasi mengenai Tuka-Tuku

Purbalingga. Selain itu ditemukan masyarakat yang memperoleh informasi mengenai program Tuka-Tuku Purbalingga hanya melalui bazar yang diikuti oleh pihak Tuka Tuku. Hal tersebut juga disebabkan karena minimnya informasi yang beredar di masyarakat mengenai program Tuka-Tuku.

Bias Anggota Yang Terbatas

Dalam penelitian ini ditemukan bahwasannya anggota Tuka-Tuku Purbalingga pada 5 tahun terakhir ini sebanyak 72 pelaku usaha yang ada di Purbalingga. Dari jumlah anggota Tuka-Tuku tersebut semuanya hanya terpusat di pusat kota Purbalingga saja, sehingga para pelaku UMKM yang ada di pelosok desa tidak terjamah oleh Dinkop UKM Purbalingga. Hal tersebut membuktikan ketidak berhasilan kebijakan ini dalam tujuannya yang berusaha menciptakan pelaku usaha yang naik kelas justru hanya memberi keuntungan kepada pelaku usaha yang berada di perkotaan saja. Hal ini sangat disayangkan karena pihak pemerintah tidak memperhatikan hal ini dan terkesan hanya bergerak pada zona nyaman saja tanpa adanya solusi dari permasalahan yang ada. Terlepas dari jumlah anggota yang terbatas, Dinkop UKM Purbalingga berhasil mendapatkan omzet ratusan juta dalam setahun yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tahun	Transaksi	Omzet Tuka Tuku
2019	871	Rp. 129.000.000
2020	337	Rp. 77.045.000
2021	323	Rp. 90.009.000
2022	522	Rp. 100.012.000

Bias Informasi Yang Tertutup

Akses informasi yang mudah didapat menjadi faktor kunci keberhasilan dari kebijakan Tuka-Tuku. Keterbukaan informasi seperti pengurusan surat perizinan, bantuan pelatihan dan

pendampingan, bantuan pemasaran produk akan mengatasi berbagai masalah yang ada di UMKM Purbalingga. Akan tetapi hal ini tidak diperhatikan oleh pemerintah, sehingga informasi yang ada tidak tersampaikan secara merata kepada pelaku usaha yang ada di Purbalingga. Menurut Tan & Toe (dalam Costa & Castro, 2021:3044) pengusaha cenderung memanfaatkan internet sebagai akses penyampaian informasi kepada konsumen untuk menjangkau pasar yang lebih banyak melalui kehadiran website pasar digital. Selanjutnya, studi literatur menunjukkan bahwa *e-commerce* tidak menutup kemungkinan bagi para pelaku UMKM untuk turut berkompetisi melalui media pemasaran online. Dengan begitu, pemanfaatan *e-commerce* bisa dipertimbangkan dalam mendobrak kesempatan, meningkatkan persaingan global, serta promosi skala perusahaan.

Tahun	Jumlah UMKM	UMKM Anggota Tuka Tuku	Presentase Perbandingan
2019	96.592	26	0,027%
2020	64.338	37	0,058%
2021	84.198	60	0,071%
2022	65.728	72	0,109%

Adanya masalah penyampaian informasi yang masih tertutup berdampak pada jumlah pelaku UMKM yang terdaftar pada program Tuka Tuku dari yang semula hanya sebanyak 26 pelaku usaha di tahun 2019, kemudian naik menjadi 72 anggota pelaku UMKM di tahun 2022. Jika dilihat dari data tersebut menunjukkan pertambahan jumlah anggota pelaku UMKM mengindikasikan program Tuka Tuku Purbalingga telah berjalan secara optimal.

FAKTOR-FAKTOR KEBERHASILAN ATAU KEGAGALAN TUKA-TUKU PURBALINGGA

1. Efektivitas

Langkah awal dalam proses evaluasi yaitu efektivitas, pada tahapan efektivitas merujuk kepada fasilitas

bantuan pemasaran, ketepatan sasaran program, dan pertumbuhan jumlah anggota Tuka Tuku. Perlu diketahui kebijakan Tuka-Tuku Purbalingga diharapkan mampu untuk memberikan fasilitas bagi pelaku UMKM dalam memperluas pemasaran produk khususnya makanan dan kerajinan, mengklasifikasikan UMKM makanan dan kerajinan yang tergabung Tuka-Tuku dengan database UMKM di Kabupaten Purbalingga melalui upaya : 1) Pendampingan produk; 2) pelatihan pengembangan usaha; dan 3) bantuan pemasaran produk.

Efektivitas belum bisa dikatakan berhasil. Hal tersebut dibuktikan dengan ditemukannya kebijakan ini hanya mengarah kepada pelaku usaha yang sudah mapan dan besar yang menyebabkan bias UMKM yang sudah mapan. Peristiwa tersebut menyebabkan kebijakan ini tidak menasar kepada seluruh pelaku UMKM. Walaupun dibuktikan dengan adanya jumlah anggota yang semakin bertambah setiap tahunnya, akan tetapi angka tersebut tidak sebanding dengan jumlah UMKM yang ada di Purbalingga. Sehingga perlu adanya solusi dari pemerintah untuk masalah ini, dan terciptanya pemasaran produk yang lebih optimal kedepannya.

2. Efisiensi

Indikator Efisiensi (*Efficiency*) menjadi sangat penting karena berkaitan dengan omzet dan penghasilan yang diperoleh dari suatu kebijakan yang dijalankan. Ukuran efisien dapat dikembangkan dengan menghubungkan antara biaya yang sesungguhnya dengan biaya standar yang telah ditetapkan sebelumnya (misalnya anggaran).

Anggaran yang dikeluarkan oleh Dinkop UKM Purbalingga itu hanya untuk kebutuhan sewa toko yang sekarang menjadi outlet Tuka Tuku Purbalingga serta hanya membayar gaji Admin Tuka Tuku, kemudian pada juga ditemukan kalau untuk operasional seperti bayar Listrik, wifi, sabun, sapu dan lain-lain itu berasal dari

hasil keuntungan penjualan produk Tuka Tuku. Pada saat di lapangan juga ditemukan bahwasannya Omzet Tuka Tuku lebih besar dari biaya yang dikeluarkan oleh pemerintah hal tersebut di buktikan dengan omzet pada tahun 2022 mencapai angkat 100 juta dalam setahun.

3. Kecukupan

Pada tahap Kecukupan penelitian bertujuan untuk mengetahui upaya yang dilakukan Dinkop UKM Purbalingga dalam mewujudkan pelaku usaha yang naik kelas dengan melihat dan mengacu kepada Sumber daya manusia yang mengelola program Tuka Tuku serta sarana dan prasarana yang diberikan Dinkop UKM kepada anggota Tuka Tuku Purbalingga. Dampak yang akan muncul apabila kualitas sumber daya manusia yang belum berkualitas dan sarana prasarana yang tidak memadai akan sangat berpengaruh kepada keberhasilan program Tuka Tuku Purbalingga.

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti, keterbatasan sumber daya manusia pada Dinas Koperasi dan UKM Purbalingga dalam memberikan sosialisasi program. Dimana kegiatan sosialisasi kepada pelaku usaha belum dilakukan secara intens.

Dalam memenuhi sarana dan prasarana Dinkop UKM Purbalingga telah melakukan upaya-upaya pemenuhan tersebut. Seperti, adanya pelatihan pengembangan usaha yang dilakukan oleh Dinkop UKM Purbalingga, yang kedua upaya bantuan berupa pemasaran produk UMKM di outlet Tuka Tuku Purbalingga dan juga bantuan juga diberikan dengan bekerjasama dengan Alfamart dan Indomart yang ada di Purbalingga, yang ketiga bantuan untuk mengurus legalitas seperti cap halal, NIB dan PIRT.

4. Perataan

Fenomena perataan menilai bagaimana keberjalanan program dilihat dari pendistribusian manfaat program bagi

sasaran program. Perataan juga dilihat apakah program telah dirasakan oleh kelompok-kelompok sasaran dengan rata dan adil. Dalam hal ini peneliti mengacu kepada perkembangan jumlah anggota yang tergabung ke dalam Tuka Tuku, dan distribusi manfaat program kepada sasaran program.

Perataan belum berhasil dilakukan. Hal tersebut didukung karena yang tergabung ke dalam Tuka-Tuku yang sudah lolos kurasi yang dilakukan oleh Dinkop UKM Purbalingga hanya UMKM yang sudah mapan. Dilansir dalam jateng.antaranews.com (2022), "Tuka-Tuku" akan melakukan kurasi terhadap produk-produk UMKM dari sisi legalitas, kehalalan, kualitas, dan kemasan serta melakukan uji coba di pasar lokal untuk mengetahui apakah bisa diterima atau tidak diterima oleh konsumen, sebelum produk tersebut dipasarkan lebih luas secara luring maupun daring melalui marketplace.

5. Responsivitas

Responsivitas dalam evaluasi kebijakan Tuka Tuku Purbalingga dapat membantu memastikan bahwa kebijakan Tuka Tuku Purbalingga sudah mengatasi masalah yang muncul atau belum dengan mengacu kepada tanggapan pelaku usaha mengenai program Tuka Tuku Purbalingga dan melihat respon masyarakat purbalingga terhadap program Tuka Tuku Purbalingga yang pernah membeli produk Tuka Tuku.

Respon untuk pelaku usaha, program Tuka Tuku sudah tepat untuk dilaksanakan karena program tersebut langsung ditujukan untuk pelaku UMKM. Program Tuka Tuku dapat membuka peluang usaha yang positif bagi para pelaku UMKM. Sebab, program Tuka-Tuku memiliki kekuatan merek yang dapat membedakan dengan produk UMKM daerah lain melalui pelaku usaha yang naik kelas. Dengan adanya program ini, pelaku usaha mampu mengembangkan kegiatan usahanya ke arah yang lebih baik. Namun, ditemukan bahwasanya masyarakat belum

seluruhnya tau mengenai adanya program Tuka Tuku. Dengan adanya masalah tersebut perlu adanya penyampaian informasi yang intens terkait program Tuka Tuku agar tercapainya tujuan masyarakat yang membela dan membeli produk Tuka Tuku Purbalingga yang berdampak peningkatan omzet.

6. Ketepatan

Ketepatan menjadi sangat penting karena melihat hasil akhir perubahan yang terjadi saat pelaku UMKM sebelum tergabung dan sesudah tergabung Tuka Tuku Purbalingga. Kebermanfaatan program yang dirasakan oleh Anggota Tuka Tuku sebagai kelompok sasaran dapat dilihat dalam pelaksanaan programnya yang memberikan dampak positif atau negatif untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh Dinkop UKM. Perubahan tersebut berkaitan dengan perubahan kemasan produk, kelengkapan perizinan usaha, perluasan usaha, perluasan pemasaran, hingga kenaikan omzet penjualan.

Hasil penelitian membuktikan bahwasannya kebijakan Tuka Tuku memberi perubahan yang signifikan bagi pelaku usaha sebelum dan sesudah tergabung ke dalam Tuka Tuku. Melalui fasilitas pendampingan, pelatihan, dan bantuan pemasaran, Tuka Tuku berhasil memberi perubahan nyata pada pelaku usaha yang terlibat di dalam program. Diantaranya kemasan produk berubah menjadi lebih bagus karena mengikuti pelatihan, perizinan yang lengkap melalui pendampingan, dan pemasaran yang semakin luas melalui bantuan pemasaran dengan didukung izin edar PIRT. Perubahan ini membuat produk pelaku usaha dikenal masyarakat Purbalingga hingga peningkatan omzet.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwasannya keberhasilan Tuka-Tuku

Purbalingga ini belum efektif atau belum berhasil menjadikan para pelaku UMKM di Purbalingga naik kelas dengan melihat keberjalanan selama 5 tahun terakhir ini Tuka-Tuku tidak memberikan dampak yang cukup signifikan dilihat dari para pelaku UMKM yang tergabung ke dalam program. Bantuan pelatihan, pendampingan, dan pemasaran produk hanya menysasar kepada anggota yang sudah mapan dan terpusat di kota saja. Sehingga perlu adanya evaluasi agar kedepannya program ini semakin berkembang dan melakukan inovasi-inovasi baru agar program berjalan lebih optimal dan sesuai tujuan.

Saran

Sehubungan dengan kesimpulan di atas, penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Purbalingga perlu melakukan kegiatan pendampingan secara lebih intens dengan menekankan manfaat program Tuka-Tuku kepada para pelaku usaha bahwasannya program Tuka Tuku bukan hanya berfokus pada peningkatan ekonomi, tetapi juga pada pengembangan kegiatan usaha dan peningkatan kualitas sumber daya manusia para pelaku usaha. Hal ini dilakukan dengan tujuan memberikan motivasi dan membangkitkan minat pelaku usaha.
2. Pelaku UMKM yang telah terdaftar sebagai anggota program Tuka Tuku Purbalingga perlu membantu memberikan saran kepada pelaku usaha lain yang belum terdaftar ke dalam program, sehingga para pelaku usaha mempercayai bahwa program Tuka Tuku memberi banyak manfaat dan peluang berwirausaha yang baik kepada pelaku usaha di Kabupaten Purbalingga.

3. Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Purbalingga perlu menyusun pegawai yang secara khusus mengelola *e-commerce* Tuka Tuku. Para pegawai ini juga perlu diikutkan ke dalam pelatihan *digital marketing* yang berkolaborasi dengan pihak profesional atau perusahaan *start-up* di Kabupaten Purbalingga untuk membantu menambah nilai guna toko digital Tuka Tuku. Hal ini diperlukan supaya pegawai memiliki spesialisasi yang baik dalam pengelolaan toko digital Tuka Tuku di *e-commerce*.
4. Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Purbalingga perlu memilih lokasi outlet Tuka Tuku yang strategis, misalnya dengan melakukan kolaborasi bersama tempat wisata dan pusat oleh-oleh yang menghadirkan banyak pengunjung supaya bisa menarik perhatian masyarakat. Dengan begitu, masyarakat mengetahui keberadaan outlet Tuka Tuku dan produk-produk unggulan UMKM Purbalingga.

DAFTAR PUSTAKA

- Althaus, C., Ball, S., Bridgman, P., Davis, G., & Threlfall, D. (2022). *The Australian policy handbook: A practical guide to the policymaking process*. Taylor & Francis.
- Amelia, M. N., Prasetyo, Y. E., & Maharani, I. (2017). *E-UMKM: Aplikasi pemasaran produk UMKM berbasis android sebagai strategi meningkatkan perekonomian Indonesia*. Prosiding SNATIF, 11-16.
- Arisandi, Y. T. (2018). *Efektivitas penerapan e-commerce dalam perkembangan usaha kecil*

- menengah di sentra industri sandal dan sepatu Wedoro Kabupaten Sidoarjo (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Azizah, N., Mahendra, D., & Lofian, B. (2019). *Pemanfaatan E-Commerce untuk Peningkatan Strategi Promosi dan Penjualan UMKM Tas di Kabupaten Kudus. E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(1), 96-99.
- Abdal, A. (2015). *Kebijakan publik: Memahami konsep kebijakan publik*.
- Budi, Ravik. (2011). *Konsep Pemberdayaan Masyarakat Untuk Usaha Kecil dan Mikro*. (online).
www.ejournal.unud.ac.id.
Diakses pada tahun 2014
- Creswell, John W. 2013. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dunn, W. N. (2014). *Public policy analysis*. routledge.
- Effendi Ishak. 2005. *Artikel: Peranan Informasi Bagi Kemajuan UKM. Kedaulatan Rakyat*. Yogyakarta.
- Huda, M., & Prasetyo, A. (2020). Efektivitas promosi melalui media sosial pada umkm di kabupaten kebumen. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 8(1), 14-24.
- Irawan, P. L. T., & Prilianti, K. R. (2020). *Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Melalui Implementasi E-Commerce di Kelurahan Tlogomas. Jurnal Solma*, 9(1), 33-44.
- Murdaningsih, D. 2020. "Tuka-Tuku akan Jadi Pilot Project Kemendes", <https://www.republika.co.id>, diakses pada 9 November 2022.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Rosdakarya.
- Papilaya, J. (2020). Kebijakan Publik Dalam Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal bimbingan dan konseling terapan*, 4(1).
- Putri, E. H. (2017). *Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Samarinda (Studi Pada Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Samarinda)*. *EJournal Administrasi Negara*, 5(1), 5431-5445.
- Putra, A. H. (2016). *Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat kabupaten Blora. Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 40-52.
- Rahman Fathur, Janwan Sri Rejekinta Tarigan. 2020. *INOVASI PEMERINTAHAN Menuju Tata Kelola Pemerintahan Daerah Ideal*. Jawa Timur: Intrans Publishing.
- Ratihyah, R., Hartanti, H., & Setyaningsih, E. D. (2021). *Inovasi dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan UMKM: Dampak dari Globalisasi Teknologi Informasi*. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 152-63.
- Rohman, N. N. (2019). Efektifitas digitalisasi marketing para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di lombok. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(1), 01-14.
- Rosita, R. (2020). *Pengaruh pandemi Covid-19 terhadap UMKM di*

Indonesia. Jurnal Lentera Bisnis,
9(2), 109-120.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susilo, E. G. B., & Rijanta, R. (2017). *Kajian Implementasi “Bela-beli Kulon Progo”(Kasus: Air-ku, Batik Geblek Renteng, dan Tomira)*. *Jurnal Bumi Indonesia*, 6(3).

Sudati Nur Sarfiah dkk. 2019. “*UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA*”, dalam *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan*. Vol. 4, No.1.

UU No. 20 tahun 2008 pasal 3 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Winarno, B. (2008). *Teori dan proses kebijakan publik*. Media Pressindo.

Yin, Robert K. 2002. *Studi Kasus: Desain Dan Metode*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.