

INTISARI

Salah satu permasalahan penting dalam pengembangan UMKM adalah pemasaran dan peningkatan kapasitas pelaku UMKM untuk mendukung pemasaran tersebut. Pemerintah Daerah Kabupaten Sleman telah memiliki program-program pengembangan ekonomi lokal (PEL) yang ditujukan khusus untuk mendorong pengembangan UMKM yaitu promosi tetap melalui *Showroom* UMKM, promosi digital melalui *e-market sleman-mall.com* dan Rumah Kreatif BUMN Sleman (RKS) untuk pengembangan kapasitas pelaku UMKM. Program-program tersebut direncanakan akan dijalankan secara terintegrasi dan saling mendukung satu sama lain. Penelitian ini diarahkan untuk melakukan analisis efektivitas kebijakan pengembangan ekonomi lokal (PEL) yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Sleman khususnya pengembangan UMKM. Kajian ini merupakan penelitian eksploratif dengan metode penelitian deskriptif analitis. Penelitian ini, tidak hanya sebatas menjelaskan apa saja bentuk kebijakan pengembangan ekonomi lokal di Pemkab Sleman kaitannya dengan pengembangan UMKM tetapi juga akan menjelaskan secara lebih mendalam bagaimana efektivitas kebijakan tersebut dalam memberikan dampak manfaat bagi pelaku UMKM di Sleman serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan pembangunan ekonomi lokal (PEL) sektor pengembangan UMKM yang efektif dalam memberikan manfaat bagi UMKM Sleman. Meskipun tidak semua dampak manfaat dapat diberikan masing-masing program secara utuh, ketika dijalankan bersama-sama dan diintegrasikan sesuai rencana, akan dapat saling mendukung, melengkapi dan optimal dalam memberikan dukungan terhadap pemasaran dan pengembangan UMKM. Namun demikian, perlu diperhatikan tentang kegagalan kebijakan pembuatan sarana promosi digital **sleman-mall.com**. Meskipun fungsi **sleman-mall.com** sebagai sarana promosi digital digantikan oleh **blanja.com** yang diampu oleh RKS, Pemkab Sleman harus tetap melakukan evaluasi terhadap kebijakan pembuatan **sleman-mall.com**. Kebijakan tersebut merupakan kebijakan yang dibuat tidak berdasarkan perencanaan yang baik sehingga dalam pelaksanaannya mengalami banyak kendala yang berakibat tidak tercapainya tujuan perluasan pasar UMKM melalui *e-market*. Dari eksplorasi yang telah dilakukan, faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas kebijakan PEL sektor pengembangan UMKM di Sleman dalam penelitian ini adalah: (1) Kompetensi dan kemampuan agen pelaksana dalam mengimplementasikan kebijakan, (2) Ketersediaan sumber daya keuangan dan dukungan sarana dan prasarana, (3) Kondisi ekonomi dan politik Kabupaten Sleman yang kondusif.

Kata Kunci: Pengembangan Ekonomi Lokal, Pemerintah Kabupaten Sleman, Pemasaran, Pengembangan UMKM, Efektivitas

ABSTRACT

One of the important issues regarding the development of SMEs is the marketing and capacity building of SMEs to support said marketing. Pemerintah Kabupaten Sleman has local economic development programs specifically aimed at promoting the marketing of SMEs products as well as capacity building programs for SME to encourage marketing, such as a permanent promotion through Showroom UMKM, digital promotion through *e-market* **sleman-mall.com** and Rumah Kreatif BUMN Sleman (RKS) for SMEs capacity building. These programs are planned to be run in an integrated manner to support the marketing and development of SMEs in Sleman. This research is directed to analyze local economic development policy (PEL) conducted by Pemerintah Kabupaten Sleman especially marketing and development of SMEs. This study is an explorative research with analytical descriptive method. This research is not only to explain forms of local economic development policy in Sleman related to SMEs development but also will give more comprehensive explanation about the effectiveness of the policy and its beneficial impacts on SMEs in Sleman and the factors that influence it. The results of research indicate that local economic development (PEL) policy of SMEs development in Sleman is effective in giving benefit for SMEs in Sleman. Although not all beneficial impacts can be given to each program as a whole, when executed together and integrated according to plan, it will be able to support and complement each other and optimal in providing support to marketing and development of SMEs. However, it should be noted about the failure of digital promotion through **sleman-mall.com**. Even though the function of **sleman-mall.com** as a means of digital promotion is well-replaced by **blanja.com** which is managed by RKS, Pemerintah Kabupaten Sleman must evaluate the failure of **sleman-mall.com** program. The making of **sleman-mall.com** is not based on good planning so that in its implementation experiencing many obstacles that resulted in the failure of SMEs market expansion goal through e-market. Finally, factors influencing the effectiveness of PEL policy in marketing and SME development in Sleman in this research are: (1) Competency and ability of the implementing agent, (2) Availability of financial resources and support of facilities and infrastructure, (3) Economically and Politically conducive environment of Sleman Regency.

Keywords: Local Economic Development, Pemerintah Kabupaten Sleman, Marketing, Capacity Building, SMEs, Effectiveness