

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR BAGAN	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
INTISARI.....	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	13
2.1 Pengembangan Ekonomi Lokal	13
2.1.1. Pengertian Pengembangan Ekonomi Lokal	13
2.1.2. UMKM Sebagai Target Group Pengembangan Ekonomi Lokal	17
2.1.3. Pengembangan Ekonomi Lokal Sektor Pemasaran dan Pengembangan UMKM.....	24
2.2 Kebijakan Publik.....	28
2.2.1. Efektivitas Kebijakan.....	34

2.2.2. dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas	
Kebijakan	38
2.3 Kerangka Pemikiran	49
BAB III METODE PENELITIAN	57
3.1 Pendekatan Penelitian.....	57
3.2 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	58
3.3 Lokasi Penelitian	67
3.4 Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	69
3.5 Teknis Analisis Data Kualitatif.....	72
BAB IV PELAKSANAAN PROGRAM PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL BIDANG PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN UMKM	74
4.1 Kebijakan Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) bidang Pemasaran dan Pengembangan UMKM Sleman	74
4.2 Program Promosi Tetap Melalui Retail Semi Galeri “ <i>SHOWROOM</i> UMKM SLEMAN”	78
4.2.1. Gambaran Umum dan Tujuan Program.....	78
4.2.2. Pelaksanaan Kegiatan Promosi melalui <i>Showroom</i> UMKM	81
4.2.3. Kurasi Produk UMKM sebagai Upaya Perbaikan Dan Peningkatan Promosi melalui <i>Showroom</i> UMKM.....	83
4.3 Program Sarana Promosi Digital Melalui <i>Marketplace sleman-mall.com</i>	91
4.3.1. Gambaran Umum dan Tujuan Program.....	91
4.3.2. Pelaksanaan Kegiatan Promosi Digital Melalui <i>e-market sleman-mall.com</i>	92

4.3.3. Kebijakan Penghentian Sementara Kegiatan Promosi	
Digital melalui <i>marketplace</i> sleman-mall.com dan	
Hambatan dalam pelaksanaan Kegiatan	95
4.4 Program Pengembangan UMKM melalui Rumah Kreatif BUMN	
Sleman (RKS)	98
4.4.1. Gambaran Umum dan Tujuan Program.....	98
4.4.2. Penyelenggaraan Rumah Kreatif BUMN Sleman (RKS).....	100
4.4.3. Peningkatan Kapasitas dan Percepatan Digitalisasi	
Produk UMKM sebagai Fokus Utama RKS	107
4.5 Kelemahan dan Hambatan dalam Pelaksanaan Program-program	
PEL Sektor Pengembangan UMKM Sleman	110
BAB V	EFEKTIVITAS KEBIJAKAN PENGEMBANGAN EKONOMI
	LOKAL BIDANG PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN
	UMKM SLEMAN
	116
5.1 Efektivitas <i>Showroom UMKM</i> Sleman dan Rumah Kreatif BUMN	
Sleman sebagai Kebijakan Pengembangan Ekonomi Lokal Bidang	
Pemasaran dan Pengembangan UMKM	
Sleman.....	116
BAB VI	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EFEKTIVITAS
	KEBIJAKAN PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL BIDANG
	PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN UMKM SLEMAN
	141
6.1 Kompetensi dan Kemampuan Agen Pelaksana dalam	
Mengimplementasikan Kebijakan	141

6.2 Ketersediaan Sumber Daya Keuangan dan Dukungan Sarana	
Dan Prasarana	148
6.3 Kondisi Ekonomi dan Politik Kabupaten Sleman yang Kondusif....	151
BAB VII PENUTUP	156
7.1 Kesimpulan	156
7.2 Saran.....	157
7.3 Catatan untuk Penelitian Selanjutnya.....	158
DAFTAR PUSTAKA	160

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Proses Implementasi Kebijakan	32
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran	50
Bagan 4.1 Organisasi Kebijakan Pemasaran dan Pengembangan UMKM Sleman ..	78
Bagan 4.2 Tahapan Kurasi Produk Pameran <i>Showroom</i> UMKM	85
Bagan 4.3 Organisasi Pengelolaan <i>marketplace sleman-mall.com</i>	94
Bagan 4.4 Organisasi Pengelolaan Rumah Kreatif BUMN Sleman	102

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	61
Tabel 3.2 Indikator Pengukuran Dampak Manfaat Program PEL.....	65
Tabel 3.3 Daftar Informan dan Informasi yang Dibutuhkan.....	70
Tabel 4.1 Program Pendorong Pemasaran dan Pengembangan UMKM Sleman.....	77
Tabel 4.2 Kriteria Khusus Produk <i>Display Showroom</i> UMKM Sleman	88
Tabel 4.3 Jumlah Anggota <i>Showroom</i> Sebelum dan Sesudah Kurasi	90
Tabel 4.4 Tugas dan Tanggung Jawab Para Pihak dalam Program sleman-mall.com.	92
Tabel 4.5 Program Kegiatan Pengembangan UMKM oleh Rumah Kreatif BUMN Sleman (RKS)	104
Tabel 4.6 Pengelompokan UMKM Berdasarkan Penguasaan Teknologi Informasi dan Internet	109
Tabel 5.1 Pelaku UMKM Informan Penelitian dalam <i>Showroom</i> dan RKS.....	116
Tabel 5.2 Kerjasama dalam Riset,Promosi dan Pemasaran dalam Program <i>Showroom</i> UMKM dan RKS.....	118
Tabel 5.3 Kegiatan Konsultasi, Fasilitasi dan Pelatihan RKS	122
Tabel 5.4 Matriks Dampak Manfaat <i>Showroom</i> Bagi UMKM	136
Tabel 5.5 Matriks Dampak Manfaat RKS Bagi UMKM	136
Tabel 5.6 Matriks Ringkasan Efektivitas Program Pemasaran dan Pengembangan UMKM Sleman	138
Tabel 6.1 Target dan Capaian RKS terhadap KPI Triwulan I 2017	143
Tabel 6.2 Anggaran & Realisasi Belanja <i>Showroom</i> UMKM TA 2017.....	149

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Penampakan <i>Display</i> Produk di <i>Showroom</i> UMKM Sleman	91
Gambar 4.2 Penampakan <i>Marketplace</i> sleman-mall.com 20 Desember 2017	96
Gambar 4.3 Lokasi Rumah Kreatif BUMN Sleman (RKS)	101