

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Terjadinya bias UMKM yang sudah mapan disebabkan karena sosialisasi dan promosi yang kurang intens kepada pelaku usaha dan masyarakat. Selain itu, dalam keberjalanannya selama 5 tahun terakhir ini Tuka-Tuku hanya mampu diisi 72 anggota dari sekian banyak pelaku UMKM yang ada di Purbalingga. Hal tersebut juga disebabkan karena kebijakan ini memiliki kriteria yang hanya dimiliki oleh pelaku UMKM yang mapan seperti sudah mempunyai izin NIB dan PIRT, kemasan modern, sertifikasi halal. Seharusnya kebijakan ini menjadi wadah para pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas usahanya dan menjadi pusat kegiatan para pelaku UMKM yang ada di Purbalingga.

Bias anggota Tuka-Tuku yang terbatas disebabkan karena kebijakan ini hanya mengarah kepada pelaku UMKM yang berada di pusat kota saja. Kebijakan ini tidak menysar kepada pelaku UMKM yang berada di ujung desa. Dengan adanya fenomena tersebut menyebabkan pengaruh terhadap omzet dan penjualan yang terjadi pada Tuka-Tuku.

Bias informasi yang tertutup juga menjadi penyebab ketidakberhasilan kebijakan ini. Akses informasi yang tertutup menyebabkan para pelaku UMKM kesulitan dalam mendapatkan informasi mengenai perizinan, pelatihan dan pendampingan. Sehingga perlu adanya solusi yang dilakukan oleh Dinkop UKM Purbalingga untuk mengatasi masalah tersebut sehingga kebijakan ini kedepannya dapat membantu pelaku usaha yang ada di Purbalingga secara merata.

Efektivitas program Tuka Tuku Purbalingga belum efektif, 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 menysar kepada seluruh pelaku UMKM.

Program Tuka Tuku Purbalingga sudah dapat dikatakan efisien karena biaya yang dikeluarkan pemerintah hanya sedikit apabila dibandingkan dengan pencapaian omzet dalam setahun. Hal tersebut dibuktikan dengan omzet pada tahun 2022 mencapai angka 100 juta dalam setahun.

Pada indikator Kecukupan belum efektif, karena ditemukan juga beberapa mengatakan kalau perlu adanya manager yang mengerti tentang bisnis sehingga program Tuka Tuku tidak jalan di tempat dan mempunyai cara-cara baru agar lebih berkembang. Disamping itu, sarana dan prasarana yang diberikan oleh Dinkop UKM seperti bantuan kepelatihan, kemasan, dan kepengurusan izin sudah sangat membantu pelaku usaha untuk naik kelas dimana pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas produksinya.

Aspek pemerataan belum efektif, terbukti anggota Tuka-Tuku hanya fokus kepada UMKM yang sudah lolos kurasi oleh Dinkop UKM Purbalingga tanpa memerhatikan pelaku usaha yang masih tertinggal. Pemerataan berpengaruh dampaknya terhadap bantuan dan perlakuan dapat tersampaikan secara optimal. Sejauh ini bagi para pelaku UMKM yang sudah tergabung ke dalam program merasakan manfaatnya dalam segi pemasaran mereka sangat termotivasi untuk bisa tembus ke toko Alfamart atau Indomart karena Tingkat

keberhasilan sekarang diukur apabila produk sudah berhasil masuk ke dalam toko tersebut.

Aspek responsivitas, dari hasil wawancara banyak anggota Tuka Tuku merasa kalau program ini sudah tepat dilaksanakan karena program tersebut langsung ditujukan untuk pelaku UMKM. Mereka banyak menganggap 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.

Ketepatan sudah dikatakan berhasil, dibuktikan dengan adanya banyak perubahan yang signifikan kepada pelaku usaha sebelum dan sesudah tergabung ke dalam Tuka Tuku. Perubahan nyata tersebut dapat dilihat dari kemasan produk yang awalnya sederhana kemudian menjadi lebih bagus dan mempunyai standar karena mengikuti pelatihan, perizinan yang lengkap melalui pendampingan dan pemasaran yang semakin luas melalui bantuan pemasaran yang diberikan oleh Dinkop UKM Purbalingga. Perubahan tersebut menjadi suatu keberhasilan selama keberjalanan Tuka Tuku Purbalingga.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditemukan diatas, maka berikut ini saran atau masukan dari peneliti bagi pemangku kepentingan dalam Evaluasi Program Tuka-Tuku Purbalingga Sebagai Media Pemasaran di Kabupaten Purbalingga 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.