

# PERAN PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN UMKM MELALUI SOSIAL MEDIA DAN *E-COMMERCE* DI KOTA TANGERANG

Adellia Maharani<sup>1)</sup> dan Adie Dwiyanto Nurlukman<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup> Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah Tangerang

<sup>1,2</sup> Jl. Perintis Kemerdekaan I/33, Kota Tangerang, 15118

E-mail: adelliamaharani28@gmail.com<sup>1)</sup>, adiedwiyanto@umt.ac.id<sup>2)</sup>

## ABSTRAK

Dampak pandemi *Corona Virus Disease* (Covid-19) 2019 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat signifikan. Pandemi membuat volume penjualan UMKM turun drastis dan terus menerus. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) harus dipertahankan dengan kekuatan yang cukup termasuk keterlibatan pemerintah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji peran pemerintah dalam mengembangkan UMKM di Kota Tangerang pada masa pandemi Covid-19 dengan memanfaatkan media sosial dan *e-commerce*. Hasil ini menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Tangerang bekerja efektif sebagai fasilitator, regulator, dan katalisator. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif karena data yang dikumpulkan bersifat eksploratif dan deskriptif serta bersumber dari sumber berupa tulisan, kata-kata, dan dokumen yang dibuat oleh informan yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian ini menemukan bahwa di masa pandemi COVID-19, Pemerintah Kota Tangerang berperan penting dalam mendorong ekspansi UMKM. Beberapa upaya dilakukan dalam upaya pengembangan UMKM diantaranya sebagai fasilitator dalam memberikan dukungan dan dorongan berupa sarana dan prasarana, regulator dalam upaya mendukung kebijakan UMKM, dan katalis dalam upaya menunjukkan UMKM diapresiasi dan dirangsang pertumbuhannya.

**Kata Kunci:** *UMKM, Peran Pemerintah, Sosial Media, E-Commerce, Tangerang*

### 1. PENDAHULUAN

Kondisi ekonomi Indonesia pada tahun 2020 mengalami pelambatan pertumbuhan ekonomi, akibatnya pada kondisi perekonomian Indonesia lebih terpuruk (Muhyiddin, 2020). Sehingga, hal itu membuat sejumlah kegiatan perekonomian tidak dapat berjalan dengan lancar seperti biasanya termasuk juga terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah UMKM (Indayani & Hartono, 2020) Dampak yang ditimbulkan dari pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19) terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah UMKM itu sangat besar dan buruk (Achmad, 2020). Belum lagi tidak ada kepastian kapan pandemi ini akan berakhir. Para pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) harus berjuang cukup keras untuk mempertahankan UMKM. Banyak sekali pelaku UMKM yang harus mengalami kebangkrutan akibat adanya pandemi Covid-19 ini. Pandemi membuat omzet penjualan UMKM menurun drastis secara terus-menerus.

Pada saat pandemi terjadi, sekitar 4% UMKM mengalami keterlambatan dalam melakukan proses produksi, 6% UMKM di Indonesia mengalami kesulitan dalam memperoleh bahan baku, 10% UMKM terhambat dalam hal distribusi, 12 % UMKM kesulitan memperoleh permodalan, akibatnya persentase angka penjualan UMKM menjadi pokok utama dari permasalahan UMKM selama pandemi, yaitu berada pada 68% UMKM mengalami penurunan penjualan (Siagian & Cahyono, 2021; Wahyunti, 2020).

Penelitian dari Wahyunti (2020), yang berjudul Peran Strategis UMKM dalam menopang Perekonomian Indonesia di Tengah pandemi COVID-19 menyebutkan bahwa setelah adanya pandemi UMKM mempunyai peran yang strategis untuk menopang pertumbuhan ekonomi nasional. Hal tersebut Dapat dilihat dari partisipasi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada masa pandemi terus mengalami peningkatan sampai 60%. UMKM juga menyerap tenaga kerja yang sangat tinggi mencapai 96,99%-97,22% dengan jumlah pelaku UMKM 62 juta atau 98% dari jumlah pelaku usaha nasional.

UMKM berpotensi sebagai pelopor untuk mencapai pilar ekonomi dengan inovasi bisnis, penciptaan lapangan kerja, mitigasi dampak negatif ekonomi, penciptaan kondisi kerja yang layak, adaptasi dan, sosial dan lingkungan serta operasi bisnis untuk pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Untuk mencapai itu, membutuhkan dukungan dari berbagai sector. Pertumbuhan ekonomi dapat diartikan sebagai tolak ukur yang menerangkan perkembangan perekonomian dalam kurun waktu 1 tahun apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Wahyunti, 2020)

Namun setelah lebih dari 2 tahun melewati masa pandemi Covid-19 telah banyak merubah tatanan hidup kita semua. Selain menelan banyak korban jiwa tidak bisa dipungkiri jika covid-19 berdampak hampir di segala sektor bak tak pandang bulu mulai dari sektor kesehatan, pariwisata, bisnis, industri, ekonomi dan lain

sebagainya. Berdasarkan data dari Kementerian Keuangan menyatakan ada empat sektor yang paling terpuruk akibat pandemi Covid-19 dalam bidang perekonomian yaitu sektor, sektor keuangan, sektor korporasi, rumah tangga, dan sektor usaha mikro dan kecil menengah (UMKM). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) adalah salah satu sektor yang paling tertekan karena adanya pandemi ini. Seperti yang diungkapkan Islami et al. (2021), para pelaku UMKM mengalami kelumpuhan karena tidak bisa melakukan kegiatan seperti biasanya padahal UMKM merupakan salah satu sektor yang cukup berpengaruh untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Di masa pandemi covid-19 ini, penjualan secara langsung atau konvensional pada umumnya mengalami penurunan dikarenakan pola masyarakat yang lebih banyak berdiam di rumah, ditambah lagi banyak UMKM yang memilih tidak membuka toko atau usaha mereka karena adanya peraturan pembatasan jam operasional atau pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di berbagai daerah (Laura Hardilawati, 2020).

Transformasi digital pada UMKM adalah salah satu cara yang diterapkan pemerintah dalam menghadapi pengaruh yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19 yang berpeluang meningkatkan pendapatan nasional. Memang tidak bisa di pungkiri jika internet, teknologi informasi dan media sosial sudah menjadi kebutuhan primer sebagian besar masyarakat di seluruh dunia. Internet dapat digunakan sebagai jalan tengah agar tetap produktif di masa pandemi. di awali dari keterpurukan yang dialami oleh para pelaku usaha sehingga dituntut untuk berpikir kreatif dan inovatif sehingga terciptalah suatu pemikiran untuk melakukan pemasaran produk secara *online* (Andayani et al., 2021; Fadly & Utama, 2020) Dalam dunia usaha internet dijadikan sebagai wadah untuk melakukan promosi dan pemasaran (Nurussofiah et al., 2022)

Sekarang ini Internet amat penting bagi kehidupan sehari hari manusia, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya pengguna internet dan sosial media saat ini, tidak hanya dari kalangan anak muda saja, tetapi juga orang dewasa bahkan orang tua sekalipun. internet menyediakan banyak kemudahan bagi penggunaannya. Informasi-informasi bisa diakses dengan mudah baik melalui *smartphone*, komputer, laptop, tablet dan lain sebagainya. Apabila media sosial digunakan secara optimal, maka hal ini dapat berpotensi membantu bisnis UMKM dalam memiliki pelanggan baru (Permana & Cendana, 2019).

Di tingkat pertama di pegang oleh pengguna *Whatsapp* sebanyak 88,7% dari jumlah populasi, kemudian disusul oleh pengguna Instagram sebanyak 84,8% mengalami penurunan dari tahun sebelumnya 86,6%, kemudian selanjutnya pengguna *Facebook* di Indonesia sebanyak 81,3% mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak 85,5%, selanjutnya disusul oleh pengguna *Tiktok* sebanyak 63,1% meningkat pesat dari tahun sebelumnya yaitu 38,7% (Kemp, 2022)

Dalam suatu Negara, pemerintah memiliki peran yang begitu penting. Secara umum pemerintah mempunyai peran untuk meminimalisir imbas dari kegagalan pemasaran supaya stabilitas perekonomian dan kesejahteraan masyarakat dapat terjamin dengan baik sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan. Dampak serius dalam sektor ekonomi yang dapat dilihat secara nyata adalah banyaknya karyawan yang harus kehilangan pekerjaan dari berbagai perusahaan karena PHK akibatnya jumlah pengangguran mengalami peningkatan. PHK besar-besaran pada para pekerja mencapai 1.943.916 jiwa dan terdiri dari 114.340 perusahaan (Zulkipli & Muharir, 2021).

UMKM adalah salah satu penopang perekonomian di Indonesia, maka dari itu UMKM harus mampu bertahan dalam situasi dan kondisi apapun, bahkan UMKM dapat diandalkan dalam menghadapi kondisi perekonomian yang tidak stabil. Pemerintah menyadari betul potensi-potensi yang dapat dihasilkan dari UMKM, maka dari itu pemerintah telah melakukan Beberapa program yang merupakan bukti dari dukungan pemerintah terhadap perkembangan UMKM guna memulihkan kembali UMKM seperti sedia kala, seperti mempermudah perizinan usaha, perluasan ruang partisipasi serta pemasaran kepada kalayak luas dan lain sebagainya (Islami et al., 2021)

Kemudian pemerintah juga merancang kebijakan demi memberikan perlindungan hukum supaya UMKM tersebut tidak di kuasai oleh usaha yang sifatnya lebih besar, pemerintah juga melakukan transformasi UMKM berbasis digital supaya daya jangkau antar konsumen dan produsen tidak terhalang oleh jarak dan waktu. Ketika UMKM hendak didirikan pemerintah memberikan kemudahan untuk penyederhanaan proses perizinan, lalu pada usaha mikro pemerintah memberikan pembebasan biaya perizinan, kemudian memberikan keringanan biaya perizinan bagi usaha mikro dan kecil (UMK). Apalagi setelah disahkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 7 Tahun 2021 Tentang Per mudahan Perlindungan Dan Pemberdayaan Koperasi Dan UMKM. Melalui PP ini, pemerintah tidak hanya berperan sebagai regulator tetapi juga motivator, pendamping, serta patner bagi wirausaha pemula (Wibowo, 2021).

Tidak hanya itu, pemerintah juga memberikan stimulus fisikal dan moneter untuk UMKM seperti bantuan sosial bagi UMKM terdampak Covid-19 yang masuk dalam kategori miskin dan rentan. Pelaku UMKM yang masuk dalam kategori sebagai penerima bantuan sosial dari pemerintah seperti penurunan tarif listrik 50% untuk pelanggan listrik 450 watt, sedangkan bagi UMKM dengan omzet kurang dari Rp 4,8 miliar per tahun memperoleh Insentif Perpajakan dengan pengenaan tarif PPh nol%. Tetapi Fasilitas ini belum banyak dimanfaatkan UMKM, terakhir untuk UMKM yang belum pernah mendapat pembiayaan dari lembaga keuangan atau simpanan di bank atau di lembaga keuangan di bawah Rp 2 juta, mendapatkan Bantuan Langsung Tunai UMKM atau Banpres Produktif atau

Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM), Bantuan yang diberikan sebesar Rp 600 ribu/bulan selama 4 bulan (Islami et al., 2021).

## 2. RUANG LINGKUP

Pada awal pandemi tersebar di Indonesia, ratusan UMKM di Kota Tangerang terancam menutup tokonya, berbagai hambatan dilalui oleh UMKM Di Kota Tangerang, kesulitan bahan baku dan pemasaran produk menjadi permasalahan utama yang dilalui hampir semua UMKM, akibatnya omzet UMKM mengalami penurunan yang cukup drastis apalagi untuk UMKM yang melakukan penjualan secara *offline*. Untuk menindaklanjuti hal tersebut Pemerintah Kota Tangerang mengambil berbagai langkah demi membangkitkan kembali UMKM yang sempat terbengkalai akibat pandemi. Pemerintah Kota Tangerang melakukan berbagai upaya seperti memberikan bantuan modal usaha, pemberian pinjaman tanpa agunan, pemberian fasilitas promosi, hingga pendampingan penjualan produk, Fokus utamanya untuk mendorong pemasaran produk-produk UMKM secara *online* (Achmad, 2020).

Pandemi Covid-19 telah merubah pola konsumtif masyarakat yang semula berbasis luring (*offline*) menjadi Daring (*online*) meskipun sebelum pandemi berlangsung penjualan *online* memang sudah banyak digandrungi namun masih banyak masyarakat yang membeli sesuatu dengan datang langsung ke toko atau pusat perbelanjaan lainnya, setelah pandemi berlangsung dan pemerintah menyarankan masyarakat untuk banyak melakukan aktifitas di dalam rumah guna memutus rantai penyebaran covid-19 membuat pemasaran digital menjadi pilihan utama sehingga terjadi peningkatan secara signifikan (Laura Hardilawati, 2020)

Tetapi para pembeli atau konsumen menjadi lebih selektif dalam melakukan proses pembelian secara luring atau *online* mengingat tingkat penipuan yang cukup besar kerap terjadi dalam mode pemasaran digital, bagaimana penjual dengan keahliannya dapat meyakinkan pembeli dengan cara menjamin keamanannya ketika sedang melakukan transaksi pembayaran dan mampu meyakinkan transaksi tersebut akan segera diproses. hal itu kerap kali membuat penurunan kepercayaan konsumen terhadap produsen, maka dari itu para pelaku usaha perlu untuk meningkatkan kualitas barang atau jasa yang tawarkan dan tidak melakukan kecurangan-kecurangan yang dapat menghilangkan kepercayaan konsumen dan dapat menyebabkan penurunan pembelian (Wijoyo et al., 2020).

Berlandaskan fenomena di atas maka penelitian ini mempunyai rumusan masalah bagaimana Peran Pemerintah Kota Tangerang dalam mengembangkan UMKM di Kota Tangerang melalui sosial media dan *e-commerce*. Maka tujuan dari Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui upaya-upaya apa saja yang telah dilakukan Pemerintah Kota Tangerang untuk mengembangkan potensi-potensi UMKM di Kota

Tangerang baik melalui media sosial maupun *e-commerce*.

## 3. BAHAN DAN METODE

Pada bagian ini menjelaskan bahan-bahan yang menyangkut teori-teori dan metode apa yang akan digunakan dalam penelitian ini, diantaranya.

### 3.1 Peran Pemerintah dalam Pengembangan UMKM

Menurut (Diva, 2009) peranan pemerintah dalam pengembangan UMKM terbagi menjadi 3 yaitu peran yang pertama peran Sebagai Fasilitator. Sebagai fasilitator, pemerintah harus membantu UMKM mengembangkan usahanya dan menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman sehingga dapat mencapai tujuannya. Jika UMKM memiliki kelemahan produksi, pemerintah dapat mengajari mereka sebagai fasilitator. Sebagai fasilitator, pemerintah membantu UMKM menemukan solusi keuangan jika mengalami kendala pendanaan. Dalam hal memfasilitasi UMKM, pemerintah memberikan pelayanan, subsidi barang, atau uang terlebih dahulu, baru kemudian keuntungan hukum seperti keringat, perlindungan, dll.

Selanjutnya peran sebagai Regulator, dalam perannya sebagai regulator berarti pemerintah berperan sebagai pembuat kebijakan-kebijakan agar pelaku UMKM dalam mengembangkan UMKM dapat berjalan dengan baik. Fungsi pemerintah sebagai regulator yaitu untuk mengatur keadaan, suasana tempat usaha tetap kondusif serta membuat kebijakan mengenai aturan dalam persaingan usaha. Dalam melaksanakan fungsi regulator peran pemerintah dalam membuat suatu kebijakan dibagi menjadi dua yakni, wewenang pemerintahan daerah dan wewenang pemerintahan pusat.

Untuk memulihkan kembali kondisi ekonomi yang terpuruk akibat pandemi mengingat banyaknya kerugian yang dialami para pelaku usaha juga semakin ketatnya persaingan antar pengusaha dibutuhkan jalan keluar ataupun strategi sehingga pemerintah harus terus melakukan pembaharuan menciptakan berbagai kebijakan untuk membuka peluang bagi para pelaku UMKM sehingga usahanya dapat bertahan (Anggraeni et al., 2021).

Sebagai katalisator, pemerintah daerah berperan untuk mempercepat proses pengembangan UMKM menjadi *fast moving firm*, yang mengandung arti UMKM memiliki jiwa wirausaha dan dapat tumbuh menjadi usaha yang lebih besar. Pemerintah daerah berperan dalam pemberdayaan UMKM, meskipun dalam fungsinya sebagai katalisator, tidak sepenuhnya memegang kendali. Sebagai katalis, pemerintah menyediakan infrastruktur intelektual bagi UMKM (perlindungan HAKI), memberikan penghargaan kepada UMKM, memberdayakan komunitas kreatif agar produktif, tidak sekadar konsumtif, dan menyediakan pendanaan yang layak (Ramadhanti et al., 2022).

### 3.2 Pemasaran Melalui Media Sosial dan E-Commerce

Media sosial adalah media berbasis digital yang dapat membantu pemakainya mempermudah proses sosialisasi, melalui media sosial pengguna dapat berinteraksi Tanpa di batasi oleh ruang dan waktu, pengguna juga dapat membagikan konten berupa gambar, catatan, serta video. Semua konten yang dibagikan tersebut akan terbuka untuk masyarakat dengan cara real time. Media sosial dibutuhkan oleh Para pelaku usaha sebagai media penjualan yang efisien yang bertujuan memperluas pemasaran produk (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Media sosial merupakan salah satu jejaring sosial media yang bisa membuat seseorang dengan berbagai macam kebutuhan dan keperluan saling berinteraksi dan berkomunikasi (Junawan & Laugu, 2020).

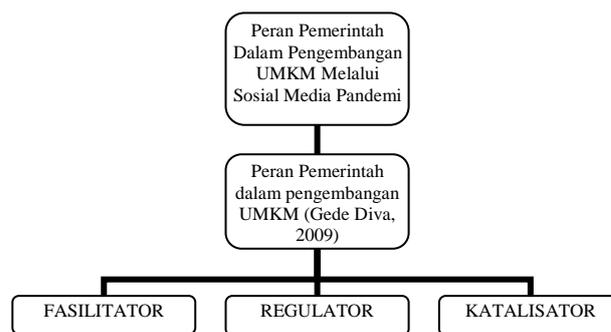
Jaringan media sosial dikembangkan dari sistem sosial *online*. Media sosial membentuk jaringan antar manusia sehingga dapat terhubung melalui teknologi. Karakter pengarsipan secara *online* menekankan bahwa informasi disimpan dan dapat diakses kapan saja dan dari perangkat apa pun. Media sosial mencakup aktivitas seperti pembuatan konten dan interaksi berbasis informasi. Pengguna media sosial dapat memproduksi, mengkonsumsi, dan secara aktif mengunggah dan mengembangkan konten (Nasrullah, 2016).

Sedangkan *Usaha Elektronik Commerce* atau lebih sering disebut dengan istilah *Online Shopping* adalah penerapan penjualan yang berwujud negosiasi perdagangan, pembelian, pemesanan, pembayaran, ataupun promosi suatu barang atau jasa yang dilakukan dengan menggunakan komputer atau sarana elektronik lainnya dengan menggunakan jaringan (Winarti, 2021). *E-commerce (Elektronik Commerce)* atau jika diterjemahkan dalam bahasa Indonesia adalah Perdagangan Secara Elektronik merupakan kegiatan untuk menyebarkan, proses jual beli dan memasarkan suatu produk dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi elektronik seperti internet, televisi, *smartphone*, *computer* dan lainnya sebagainya (Wijoyo et al., 2020).

Semakin banyaknya UMKM yang memanfaatkan media digital dalam melakukan pemasaran produknya baik melalui media sosial maupun *e-commerce*, dapat membantu para UMKM menjadi lebih kreatif dan inovatif, sehingga dapat meningkatkan omzet bagi para pelaku UMKM. Menurut buku Hadion Wijoyo (2020), menjelaskan pemasaran digital relatif murah, membutuhkan biaya yang lebih kecil, dan memiliki jangkauan konsumen potensial yang lebih luas dan lebih cepat daripada media penjualan tradisional. Konsumen juga diuntungkan karena dapat menyediakan dan membandingkan produk yang diinginkan dengan cara yang lebih nyaman dan praktis. Juga, lebih banyak info Pemasaran digital menawarkan banyak manfaat, termasuk lebih banyak informasi di area yang lebih sedikit dan biaya yang lebih rendah daripada media tradisional.

### 3.3 Kerangka Pemikiran

Menurut (Diva, 2009) dalam (Sumadi & Prathama, 2021) peranan pemerintah dalam pengembangan UMKM adalah Sebagai Fasilitator artinya pemerintah memiliki kewajiban untuk memfasilitasi UMKM untuk pengembangan usaha UMKM dan menciptakan situasi yang aman dan nyaman sehingga tujuan dari UMKM tersebut dapat dicapai. Regulator dalam perannya sebagai regulator berarti pemerintah berperan sebagai pembuat kebijakan-kebijakan agar pelaku UMKM dalam mengembangkan UMKM dapat berjalan dengan baik. Sebagai katalisator pemerintah daerah dalam mengembangkan UMKM berperan untuk melajukan proses berkembangnya UMKM menjadi suatu usaha yang bergerak dengan cepat yang artinya UMKM yang mempunyai jiwa sebagai pengusaha atau jiwa kewirausahaan yang berpeluang untuk melakukan transformasi menjadi usaha yang lebih besar. Berdasarkan kepada pendapat di atas, secara operasional penelitian ini akan dilakukan berdasarkan kepada alur pemikiran yang akan diilustrasikan melalui Gambar 1.



Gambar 1. Bagan Alur Kerangka Pemikiran

### 3.4 Metode

Penelitian tentang Peran Pemerintah Dalam Pengembangan UMKM Melalui Sosial Media Dan *E-Commerce* di Kota Tangerang ini, peneliti menggunakan Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan alasan karena dalam penelitian ini data yang diperoleh merupakan data deskriptif yang didapat dari data-data yang berupa dokumen, kata-kata dan tulisan yang berasal dari informan atau sumber yang diteliti dan dapat dipercaya kebenarannya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yang pertama adalah Observasi, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian, sebelum menentukan judul ini sebagai judul penelitian, peneliti sudah melakukan observasi singkat di lokasi penelitian, dari hasil observasi tersebut peneliti memperoleh permasalahan yang akan dijadikan topik dalam penelitian ini.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara. Sebelum melakukan wawancara peneliti telah menentukan informan yang akan menjadi subjek

penelitian ini sebagai sumber data atau informasi, kemudian peneliti membuat pedoman wawancara yang berisi daftar pertanyaan yang akan diajukan. dijadikan pedoman dalam melakukan wawancara, setelah itu proses wawancara baru dapat digunakan.

Data primer dalam penelitian ini berasal dari wawancara. Adapun informan yang dijadikan subjek dalam penelitian ini adalah beberapa Pelaku UMKM NJ Store, Ketua UMKM NJ Store, Lurah Nusa Jaya, Sekretaris Lurah Nusa Jaya. Alasan peneliti melakukan wawancara di NJ Store karena NJ Store ini adalah UMKM yang sudah melakukan pemasaran produk secara digital dan merupakan salah satu contoh UMKM di Kota Tangerang yang berhasil melalui situasi sulit di tengah pandemi Covid-19.

Tahapan yang terakhir dilakukan adalah menganalisis data yang terkumpul. Pertama, data penelitian ini direduksi terlebih dahulu. Peneliti mengurutkan, menetapkan tema, mengelompokkan, memfokuskan, menghilangkan, mengorganisasikan data dengan menghasilkan ringkasan, kemudian mengkaji kembali dan mengelompokkan data sesuai dengan masalah yang akan dipelajari. Ini menggambarkan data yang ada sehingga akademisi dapat memahami masalah. Peneliti kemudian menyajikan data secara naratif, menjelaskan temuan. Serta menarik temuan untuk proses reduksi dengan menambah atau mengurangi data.

#### 4. PEMBAHASAN

Peneliti akan membahas data dari sumber-sumber yang dapat dipercaya serta hasil dari wawancara dengan beberapa informan pada bagian ini, ulasan peneliti mengenai peran pemerintah dalam pengembangan UMKM melalui teori menurut Diva (2009), yaitu peran pemerintah sebagai Fasilitator, Regulator dan Katalisator.

##### 4.1 Peran Pemerintah Daerah Sebagai Fasilitator dalam Meningkatkan Produktifitas UMKM Melalui Media Sosial

Sebagai fasilitator pemerintah mempunyai fungsi untuk memfasilitasi UMKM agar mampu mencapai tujuan yang diharapkan, misalkan UMKM terkendala dalam proses produksi maka pemerintah bertugas memberikan pelatihan, begitu juga bila UMKM terkendala dalam hal pendanaan sebagai fasilitator pemerintah berfungsi untuk membantu UMKM untuk mendapatkan permodalan. Untuk mendukung keberlanjutan UMKM di tengah pandemi Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) telah menyiapkan sejumlah fasilitas, sebagai tindak lanjut dari arahan Presiden Jokowi agar UMKM mempunyai peluang lebih besar untuk tetap berproduksi. Sedangkan di Kota Tangerang ada beragam Fasilitas yang di berlakukan Pemerintah Kota Tangerang demi melakukan pemberdayaan bagi UMKM di Kota Tangerang, melalui Tabel 1. Peneliti akan menjelaskan satu persatu terkait

fasilitas-fasilitas UMKM yang dimiliki oleh beberapa kelompok masyarakat yang tercatat di Kota Tangerang.

**Tabel 1. Data Gerai UMKM Kota Tangerang**

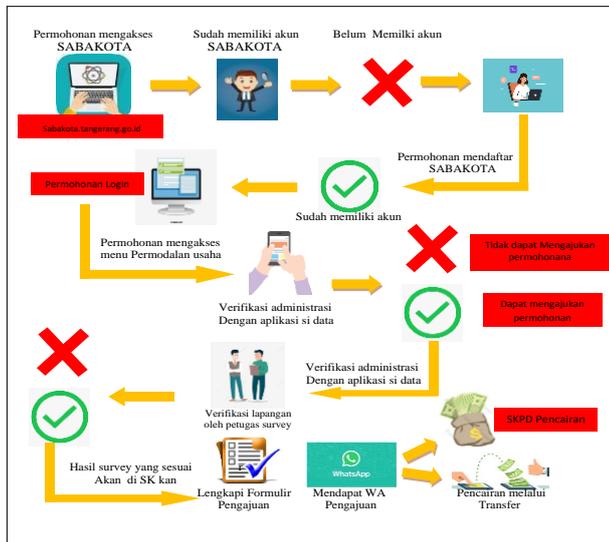
UMKM	Lokasi
UMKM Karawaci Eksis	Kantor Kecamatan Karawaci
NJ Store Nusa Jaya	Kantor Kelurahan Nusa Jaya
UMKM Tangerang Juara	Kantor Kecamatan Tangerang
UMKM Neglasari Hebat	Kantor Kecamatan Neglasari
UMKM CUP Bestari	Kantor Kecamatan Periuik
UMKM Jatiuwung Mantap	Kantor Kecamatan Jatiuwung
UMKM Cibodas Jasa	Kantor Kecamatan Cibodas
UMKM 2 Cibodas Jasa	Pasar Bersih Jl. Dipati Unus, Cibodas Raya No. 19 RT. 004 RW. 003
UMKM 3 Cibodas Jasa	Tangcity Mall Lantai 1 Blok A 77s
Foodcourt UMKM Cibodas Jasa	Jl. Palm Raya No. 6 Kelurahan Cibodas Sari
UMKM Batu Ceper Kreatif	Kantor Kecamatan Batuceper
UMKM Benda Juara	Kantor Kecamatan Benda
UMKM Cipondoh Bisa	Kantor Kecamatan Cipondoh
Gerai Oleh-Oleh Kota Tangerang	Rest Area KM 14 Jl. Tol Jakarta-Tangerang RT 004 RW 002 Kunciran Jaya
UMKM Pinang Beres	Kantor Kecamatan Pinang
Klinik UMKM	Gg. H Hasan Aba Jl. Kayi Maja Kelurahan Panunggangan
UMKM Ciledug Prima	Kantor Kecamatan Ciledug
Gerai Kopi Marsel (KM 19)	Kantor Klurahan Sudirman Selatan
Bale UMKM Larangan	Kantor Kecamatan Larangan
UMKM Karang Tengah	Kantor Kecamatan Karang Tengah
UMKM Gedung DPRD	Area Dalam Gedung DPRD Kota Tangerang
Sentra Oleh-Oleh Gedung MUI	Gedung MUI Kota Tangerang

*Sumber : Indagkop UKM Kota Tangerang*

##### 1. Sarana Dan Prasarana

Untuk menunjang produktifitas UMKM Di Kota Tangerang yang bermula dari ide mengembangkan sentra produk UMKM sebagai salah satu penggerak roda perekonomian lokal masyarakat Kota Tangerang, Pada 16 Agustus 2021 lalu Pemerintah Kota Tangerang meluncurkan program bantuan modal usaha bagi para pelaku usaha pemula yang ingin mengembangkan usaha atau memulai usaha di masa pandemi yaitu Tangerang BISA (Bantuan Insentif untuk *Star-Up* Anda). Bagi para

pelaku usaha yang ingin mendapatkan bantuan modal usaha harus mendaftarkan diri terlebih dahulu melalui fitur SABAKOTA (sistem aplikasi bantuan kota tangerang) yang ada pada aplikasi Tangerang Live, atau melalui *website* [sabakota.tangerangkota.go.id](http://sabakota.tangerangkota.go.id). Berikut Gambar 2 adalah alur permohonan bantuan Tangerang EMAS.



**Gambar 2. Alur permohonan Tangerang BISA melalui fitur SABAKOTA**

Sumber: Kemenkop UKM Kota Tangerang

Menurut Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Tangerang, Terhitung pada 4 September 2021 sudah ada 5.425 pelaku UMKM yang mendaftarkan dan mengajukan bantuan melalui fitur Tangerang Bisa. Program Tangerang Bisa ini merupakan salah satu solusi yang dilakukan Pemerintah Kota Tangerang dan merupakan kewajiban pemerintah sebagai fasilitator untuk memulihkan ekonomi para pelaku usaha yang terdampak Covid-19 dan diharapkan dipergunakan untuk keperluan usaha sehingga perekonomian masyarakat kembali pulih.

Berdasarkan penelitian, selain Program Tangerang BISA, sebagai Fasilitator Pemerintah Kota Tangerang juga membantu para pelaku UMKM di Kota Tangerang dengan memberikan fasilitas, seperti pendaftaran *online* bantuan stimulus modal usaha UMKM, bantuan tersebut berasal dari Program Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) dari pemerintah pusat. Sama halnya dengan program Tangerang BISA, masyarakat yang ingin mengajukan stimulus modal usaha bisa mendaftarkan melalui *website* [sabakota.tangerangkota.go.id](http://sabakota.tangerangkota.go.id), tetapi pengajuan stimulus modal usaha yang dilakukan Pemerintah Kota Tangerang hanya menjembatani pendataan untuk diusulkan ke pemerintahan pusat.

Selanjutnya Pemerintah Kota Tangerang juga memfasilitasi UMKM Kota Tangerang berupa Uji lab gratis bagi produk UMKM yang berupa makanan kering dan minuman serbuk, untuk membuktikan kualitas dari

produk-produk UMKM di Kota Tangerang terbebas dari bahan-bahan yang dapat membahayakan kesehatan calon konsumen.

Selain itu, Pemerintah Kota Tangerang juga memberikan Fasilitas peliputan gratis melalui Tangerang TV, hal tersebut bisa dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM sebagai media untuk mempromosikan produk-produknya. Syarat dan ketentuan yang harus di penuhi oleh pelaku UMKM pun tidak jauh berbeda dengan Fasilitas-fasilitas sebelumnya, pelaku UMKM yang ingin produknya diliput hanya perlu menghubungi pihak Tangerang TV melalui Instagram @tangerangtv @kominfo\_tng dan *Whatsapp* 0813-1139-1606 serta para pelaku usaha wajib mendeskripsikan kegiatan dan produk yang akan di liput, misalkan lokasi, keunggulan, tujuan dan sebagainya, lebih diutamakan domisili Tangerang.

Pemerintah Kota Tangerang juga bekerja sama dengan Bank BJB Kota Tangerang untuk memfasilitasi pelaku UMKM dengan mengadakan program Tangerang EMAS (Ekonomi Masyarakat Sejahtera). Program Tangerang EMAS merupakan pinjaman bergulir bagi UMKM tanpa agunan dengan bunga 0% biaya administrasi 3% dengan plafon awal senilai 2 juta rupiah.

Seluruh pelaku usaha di kota Tangerang yang usahanya sudah berjalan minimal 6 bulan dapat mengajukan bantuan ini, program pinjaman ini bersistem tanggung renteng dimana dalam satu kelompok terdiri dari 10 pelaku usaha. Sarat dan ketentuan yang mudah membuat program ini memiliki peminat yang cukup tinggi, pelaku usaha hanya perlu membentuk kelompok, menyiapkan foto kopi Kartu Keluarga, KTP serta surat keterangan dari kelurahan untuk diajukan ke Dinas Perindustrian Perdagangan dan UKM Kota Tangerang. Pada tahun 2021 lalu tercatat ada 280 pelaku usaha dari 27 kelompok usaha dan tersebar pada 13 kecamatan di Kota Tangerang sudah mengikuti program ini, dana yang diterima mencapai Rp573 juta.

Berdasarkan data laporan Bank BJB hampir 100 persen pinjaman yang di berikan pada 2020 lalu sudah dikembalikan oleh para pelaku usaha, memang terdapat Kasus tak terbayar tetapi terhitung sangat sedikit dan masih bisa terselesaikan melalui gotong royong para kelompok UMKM. Sejak diluncurkannya program ini para pelaku UMKM sangat bersyukur para pelaku usaha merasa sangat terbantu sekali untuk membantu pemulihan serta perluasan jaringan usahanya yang sempat terpuruk selama masa pandemi, Di masa pandemi *Covid 19*, bantuan permodalan ini memang sangat membantu untuk memulihkan perekonomian di sektor UMKM, dengan begitu usaha mereka dapat terus berjalan (Fajrin, 2021).

## 2. Pelatihan Sumber Daya Manusia

Untuk meningkatkan kemampuan para pelaku usaha, dan meningkatkan perekonomian masyarakat yang tergabung dalam UMKM, Pemerintah Kota Tangerang melakukan upaya-upaya untuk menambah wawasan dan

kualitas Sumber Daya Manusia dengan cara memberikan berbagai program pelatihan bagi pelaku UMKM di seluruh kecamatan se-kota Tangerang. Kegiatan pelatihan yang dilakukan pemerintah Kota Tangerang diselenggarakan di setiap kantor kelurahan di Kota Tangerang dengan beragam materi pelatihan. mengingat pentingnya *packaging* bagi suatu produk maka Pemerintah Kota Tangerang mengadakan pelatihan *packaging*, kemudian Pemerintah Kota Tangerang juga mengadakan pelatihan fotografi dan *digital marketing* dimana ketiga pelatihan ini saling berkaitan satu sama lain.

Dalam menjalankan sebuah usaha tentunya membutuhkan peran pemasaran, pada masa pandemi ini kompetisi dalam dunia usaha menjadi semakin ketat, maka dari itu para pelaku UMKM harus memutar otak untuk memastikan bahwa usahanya tetap beroperasi dengan stabil, pemasaran secara digital merupakan cara yang dinilai efektif dan menjadi pilihan utama bagi pelaku UMKM di masa pandemi ini, maka dari itu Pemerintah Kota Tangerang menunjukkan kepedulian kepada para pelaku usaha dengan mengadakan pelatihan *digital marketing*.

Dari pelatihan-pelatihan yang telah dilakukan membuat pelaku UMKM menjadi lebih mandiri, karena mereka bisa melakukan baik dari proses produksi sampai pemasaran sendiri tanpa campur tangan kelompok lain. Para pelaku UMKM memperoleh hal-hal baru yang bernilai positif dengan bertambahnya wawasan serta pengetahuan Sehingga kualitas Sumber daya manusianya menjadi lebih baik dan berdaya saing, dampaknya pada produk yang dihasilkan menjadi lebih berkualitas, produk UMKM Kota Tangerang dikemas dalam wadah yang kekinian dan modern yang memiliki nilai jual, karena kemasan merupakan hal pertama yang konsumen lihat ketika hendak membeli suatu produk.

### 3. Promosi dan Pemasaran

Dalam rangka mendukung UMKM menghadapi keterpurukan akibat imbas dari Covid-19 Pemerintah Kota Tangerang melakukan berbagai upaya agar kondisi UMKM Kota Tangerang dapat kembali pulih sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, salah satunya dengan melakukan sebuah program yaitu *Free Promote* UMKM untuk para pelaku usaha UMKM, dengan cara membantu mempromosikan Produk-produk UMKM untuk di unggah melalui akun *Instagram* @tangerangkota dan @indagkopukm\_tangerangkota. Pelaku usaha hanya perlu mempersiapkan syarat dan ketentuannya saja. Dengan program ini diyakini dapat membantu pelaku usaha supaya produknya lebih dikenal masyarakat luas.

Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koprasi dan UKM Kota Tangerang menuturkan bahwa Pemerintah Kota Tangerang telah melakukan kerja sama dengan platform *e-commerce* Tokopedia, dimana Aplikasi Tokopedia telah membuat kanal khusus untuk UMKM Kota Tangerang yakni Ayo Rangkul. Sejauh ini

sudah ada ratusan pelaku UMKM Kota Tangerang yang bergabung di kanal Ayo Rangkul produk-produknya baik kerajinan tangan, kuliner dan sebagainya sudah dapat di beli melalui *Tokopedia*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Dilihat dari ulasan dan *rating* yang di berikan para konsumen, fitur Ayo Rangkul ini cukup memuaskan, baik dari segi kecepatan pengiriman, kualitas produk dan juga harga yang cukup terjangkau, hanya saja jumlah pembelian tergolong masih sedikit, salah satu faktor penyebabnya dikarenakan masih banyak warga masyarakat yang belum mengetahui keberadaan fitur Ayo Rangkul tersebut. Dari segi penggunaan fitur Ayo Rangkul tidak jauh berbeda dengan tata cara berbelanja *online* pada platform penjualan online pada umumnya, salah satu perbedaan terletak pada bagian Etalase toko, dimana pada bagian tersebut pembeli dapat memilih akan membeli produk UMKM Kota Tangerang berdasarkan Kecamatan.

Pemerintah kota Tangerang juga mengadakan Pameran Tangerang Expo, event ini adalah pameran UMKM tahunan di Kota Tangerang, setiap tahunnya ada ratusan produk-produk unggulan UMKM Kota Tangerang di pamerkan dalam acara tersebut, pameran ini dilakukan sebagai wadah bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan produk-produknya kepada masyarakat luas. Belum lama ini juga tepatnya pada 14 januari 2022 Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangerang mengadakan suatu perlombaan UMKM Awards Kota Tangerang sebagai apresiasi kepada UMKM unggulan di Kota Tangerang dalam rangka merayakan HUT Kota Tangerang yang ke-29. Melalui seleksi dari acara UMKM Awards ini ada 20 UMKM Kota Tangerang yang terpilih untuk mengikuti event tahunan *Handicraft Trade Fair* (INACRAFT) ke-22 yang diselenggarakan di Jakarta Convention Center (JCC), INACRAFT sendiri adalah pameran kerajinan terbesar di Asia Tenggara. Adapun 20 UMKM dari Kota Tangerang yang terpilih tersebut tersebar dari 10 kecamatan di Kota Tangerang yaitu kecamatan Karawaci, Pinang, Ciledug, Neglasari, Cipondoh, Batu Ceper, Larangan, Karang Tengah, Benda, Kecamatan Tangerang. Semoga dengan turut sertanya UMKM Kota Tangerang dalam event-event ini dapat membuat UMKM Kota Tangerang lebih dikenal oleh masyarakat yang luas.

Dari segi promosi dan pemasaran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Pemerintah Kota Tangerang telah bertanggung jawab dalam melakukan tugas dan perannya sebagai fasilitator, hal ini dapat dilihat dari berbagai program-program promosi dan pemasaran yang diberlakukan Pemerintah Kota Tangerang, mulai dari kerja samanya dengan platform *E-commerce* Tokopedia dalam membuat kanal Ayo Rangkul untuk memfasilitasi seluruh UMKM di Kota Tangerang, kemudian program *free promote* UMKM untuk pelaku UMKM yang ingin produknya diunggah melalui akun-akun sosial media Pemerintah Kota

Tangerang secara gratis, peliputan secara gratis, pengadaan fasilitas uji coba lab gratis, serta pameran *Tangerang Expo* sehingga produk-produk dari UMKM di Kota Tangerang dapat dilihat dan dikenal lebih luas oleh para calon konsumen, hal tersebut tentunya sangat berdampak dalam membantu meningkatkan kesejahteraan para anggota UMKM, Promosi yang dilakukan diyakini dapat mendongkrak omzet para pelaku UMKM.

Tetapi meskipun program sudah berjalan dengan cukup baik, masih harus terus ditingkatkan lagi, perlu adanya sosialisasi atau pengenalan dari pemerintah ataupun pelaku UMKM tentang fitur Ayo Rangkul kepada masyarakat dikarenakan masih banyak warga masyarakat yang belum mengetahui fitur tersebut. Maka dari itu, melalui artikel jurnal ini peneliti ingin mengajak warga masyarakat terutama untuk masyarakat yang berdomisili di Kota Tangerang untuk mengenal fitur Ayo Rangkul yang ada di platform *e-commerce* Tokopedia. Dengan turut serta membeli produk lokal melalui fitur Ayo Rangkul, maka secara tidak langsung kita telah mendukung UMKM di Kota Tangerang.

#### 4.2 Peran Pemerintah Daerah Sebagai Regulator dalam Mendorong Perkembangan UMKM di Kota Tangerang

Peran pemerintah sebagai regulator yaitu peran dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang nantinya digunakan untuk mempermudah pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Fungsi regulator membagi wewenang antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah sehingga keduanya memiliki wewenang tersendiri untuk mengatur warga masyarakat sesuai wilayah kekuasaannya. Berdasarkan hasil dari penelitian, dalam menjalankan kewajiban sebagai regulator dan memenuhi tanggung jawab baik pemerintah daerah atau pemerintah pusat telah mengeluarkan beberapa kebijakan. Kebijakan tersebut terangkum dalam Tabel 2 sebagai landasan hukum mengenai UMKM.

**Tabel 2. Landasan Hukum tentang UMKM**

No	Landasan Hukum	Keterangan
1	Peraturan Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Nomor 6 Tahun 2020	Peraturan ini mengatur Tentang Pedoman Umum Penyaluran Bantuan Pemerintah Bagi Pelaku Usaha Mikro Untuk Mendukung Pemulihan Ekonomi Nasional Dalam Rangka Menghadapi Ancaman Yang Membahayakan perekonomian nasional serta penyelamatan ekonomi nasional pada masa pandemi COVID-19.

2	Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 7 Tahun 2021	Tentang Permudahan Perlindungan Dan Pemberdayaan Koperasi Dan UMKM. Peraturan ini disusun untuk menindak lanjuti UU Nomor 11 tahun 2020 Tentang Cipta Kerja. Peraturan ini telah mencabut PP Nomor 17 Tahun 2013 Tentang pelaksanaan UU No 20 Tahun 2008 Tentang UMKM. Ketentuan-ketentuan yang telah diubah yaitu: Kriteria UMKM, Basi tunggal, Pengelolaan terpadu UMKM, Kemitraan, Kemudahan Perizinan Usaha, Kemudahan Fasilitas pembiayaan dan insentif fisikal.
3	Peraturan Wali Kota Tangerang No. 9 Tahun 2019	Tentang Pemberdayaan Dan Perlindungan Usaha Mikro.
4	Peraturan Walikota Tangerang No 68 Tahun 2021	Tentang Petunjuk Teknis Bantuan Modal Usaha Bagi Wirausaha Pemula Tahun Anggaran 2021.

Dalam menghadapi krisis ekonomi yang disebabkan oleh Covid-19 pemerintah pusat maupun daerah saling bahu membahu untuk menjaga UMKM agar tetap bertahan serta dapat membantu memulihkan perekonomian nasional, dengan mengeluarkan sejumlah kebijakan. Penting sekali bagi UMKM untuk mendapatkan perhatian, perlindungan, serta pemberdayaan melalui kebijakan-kebijakan yang ditentukan pemerintah.

Pertama peneliti akan membahas mengenai Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 7 Tahun 2021 Tentang Permudahan Perlindungan Dan Pemberdayaan Koperasi Dan UMKM, sebagai tindak lanjut dari UU No 11 tahun 2020 Tentang Cipta Kerja. Dibalik polemiknya yang sempat menimbulkan kerusuhan di Indonesia, bahwasanya terdapat kemudahan bagi UMKM sebagai mana terangkum melalui Tabel 3.

**Tabel 3. Pasal-Pasal UU Ciptaker Yang Dukung UMKM**

No	Pasal-Pasal UU Cipta Kerja Yang Mendukung UMKM
1	UU Cipta Kerja merivisi UU UMKM untuk mempermudah perizinan, membuka akses pembiayaan serta memberikan perlindungan bagi UMKM (Pasal 87)
2	Perizinan usaha UMKM akan lebih sederhana dan mudah (Pasal 91)
3	Akses, dukungan dan perlindungan UMKM untuk mitra dan bekerjasama dengan industri (Pasal 88-90)
4	Akses dukungan dan kemudahan UMKM untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan, hak kekayaan intelektual, pendampingan hukum, pengadaan barang dan jasa, dan system keuangan (Pasal 92-95)
5	Mewajibkan Pemerintah dan dunia usaha untuk memberikan pendampingan dalam meningkatkan kapasitas UMKM (Pasal 96-104)

Sumber : Kemenkop UKM

Sebelumnya Pemerintah Kota Tangerang telah menetapkan Peraturan Wali Kota Tangerang No. 9 Tahun 2019 Tentang Pemberdayaan Dan Perlindungan Usaha Mikro, ditambah Setelah adanya PP No 7 Tahun 2021 tersebut Pemerintah Kota Tangerang melakukan berbagai kemudahan bagi UMKM mulai dari pendataan UMKM secara gratis dengan melakukan pengurusan perizinan, hingga proses pemasaran secara gratis dengan syarat dan ketentuan yang telah ditentukan. Dalam hal permodalan usaha baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah telah menetapkan berbagai kebijakan seperti PERMENKOP Nomor 6 Tahun 2020 tentang pemberian Bantuan Bagi Usaha Mikro. Kemudian ditingkat Pemerintahan Kota Tangerang menetapkan Peraturan Walikota Tangerang No 68 Tahun 2021 Tentang Petunjuk Teknis Bantuan Modal Usaha Bagi Wirausaha Pemula Tahun Anggaran 2021. Kebijakan-kebijakan yang ditetapkan pemerintah tersebut dilakukan supaya UMKM terbantu agar tetap bisa beroperasi bahkan dimasa pandemi dengan berbagai program bantuan yang ada.

Setelah adanya kebijakan-kebijakan tersebut UMKM memperoleh banyak kemudahan, mulai dari ketika hendak menjalankan suatu usaha hingga dimudahkan dalam pengelolaan Pemberdayaan serta pengembangan usahanya serta proses perizinan UMKM menjadi lebih hemat biaya, ringkas, cepat, dan sederhana dibandingkan dengan sebelum adanya kebijakan-kebijakan tersebut mengingat pentingnya perizinan usaha bagi suatu usaha untuk mendapatkan kelegalitasan, kepastian hukum, kepatian hak dan membantu mempermudah mendapatkan fasilitas ketika memulai kegiatan usaha. Bagi usaha kecil akan diberikan keringanan pembiayaan izin usaha Sedangkan bagi pelaku usaha mikro akan dibebaskan biaya perizinan usaha

#### 4.3 Peran Sebagai Katalisator

Sebagai katalisator pemerintah bertugas untuk mempercepat UMKM melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kualitas produk baik dari segi anggaran atau permodalan, serta berperan untuk memberikan penghargaan untuk memacu semangat para pelaku usaha supaya usahanya terus berkembang, juga memberikan prasarana berupa perlindungan hak kekayaan intelektual bagi UMKM.

Wujud Pemerintah Kota Tangerang dalam menjalankan tugasnya sebagai katalisator salah satunya dengan menetapkan Nusajaya Store sebagai gerai UMKM percontohan di kota Tangerang karena potensinya yang telah mengangkat produk-produk UMKM di Nusajaya sehingga para pelaku usaha bisa bertahan dan tetap bisa berproduksi bahkan di tengah masa pandemi. Alasan peneliti memilih Gerai UMKM Nusa Jaya Store karena gerai ini merupakan salah satu contoh gerai UMKM yang dapat dikatakan berhasil di Kota Tangerang.

Gerai NJ Store tersebut memberikan perkembangan yang cukup pesat bagi pertumbuhan UMKM di Nusajaya

dan membantu meningkatkan penghasilan bagi warga yang telah bergabung di UMKM tersebut. Hingga kini tercatat sudah ada sekitar 100 pelaku UMKM yang bergabung di NJ Store, dan ada sekitar 300 produk di NJ Store. Adanya gerai tersebut menjadi bukti dari kerja keras dan kekompakan warga untuk mencapai tujuan bersama. NJ Store juga telah diresmikan langsung oleh Bapak Wali Kota Tangerang, Arief R Wirmansyah tepatnya pada hari 19 Agustus 2021 lalu. Gerai NJ Store (Nusa Jaya Store) dibangun di atas lahan seluas 18 x 6 meter persegi yang bertempat di kawasan kantor Kelurahan Nusa Jaya di Jalan Karet Nomor 1, Kecamatan Karawaci kota Tangerang. Jadi sekarang Kantor Kelurahan Nusa Jaya, Karawaci, Kota Tangerang tidak lagi sekedar tempat untuk pelayanan masyarakat namun juga menjadi alternatif masyarakat untuk berbelanja tanpa mengganggu proses pelayanan publik pemerintahannya. Gerai tersebut merupakan tempat bagi masyarakat sekitar untuk mempromosikan serta menjual berbagai produk yang mereka hasilkan, baik berupa pangan maupun pakaian seperti berbagai macam Snack, minuman, sembako, cemilan, sayur mayur, sepatu, dompet, baju, tas dan lain sebagainya. Berikut ini (Tabel 4) beberapa contoh Usaha para pelaku UMKM di Gerai UMKM Nusa Jaya Store:

**Tabel 4. Contoh Produk UMKM Nusajaya Smart**

Contoh Produk	Pemilik
Aksesoris & Kerajinan tangan	Rizalinda
Kerajinan Kulit	Anton Teri Firman
Aneka Cemilan	Suci Harsuciati
Konveksi	Yunita Supit
Kue Kering & Basah	Suryati
Minuman Tradisional	Tri Utari

Harga yang di tawarkan untuk produk-produk yang ada di gerai NJ Store juga lebih murah dari harga pasar contohnya harga cabai, harga tersebut lebih murah dikarenakan beberapa jenis sayuran tersebut memang di dapat langsung dari petani, kemudian untuk pakaian seperti baju dan sepatu, tas dan lain sebagainya harganya juga cukup terjangkau lebih murah dari harga pasar karena memang merupakan produk *home industry* warga sekitar (Arief, 2021).

Hal tersebut cukup menarik minat pembeli khususnya bagi ibu-ibu rumah tangga. Selain itu gerai ini juga menjadi salah satu pusat oleh-oleh di kota Tangerang. Produk-produk yang ada di gerai NJ Store 70% merupakan hasil dari *home industry* warga sekitar, kemudian 30% merupakan produk pendukung yang beberapa didapat dari kelurahan lain bahkan luar kota misalnya sayuran seperti cabai dan lain sebagainya.

Hal menarik lainnya terkait gerai NJ Store ini adalah adanya kedai jum'at berkah, seperti yang sudah kita ketahui khususnya bagi umat Islam bahwa hari jum'at

adalah hari yang istimewa sedekah yang kita lakukan di hari jum'at mendapatkan pahala yang berlipat ganda, maka dari itu para pelaku UMKM Nusajaya termotivasi untuk menciptakan kedai jum'at berkah ini dengan menyediakan berbagai jenis makanan seperti nasi beserta lauk pauknya, buah-buahan, minuman dan beberapa jajanan lainnya untuk siapa saja yang sekiranya membutuhkan, sama halnya dengan kedai-kedai lainnya kedai jum'at berkah yang ada di Nusa Jaya ini sendiri juga memiliki jargon yaitu "Makan Sepuasnya Bayar Seikhlasnya". Tidak hanya itu di hari jum'at UMKM NJ Store juga mengadakan diskon bagi pembeli yang melakukan minimal pembelian tertentu.

Berkat kerja keras para tim UMKM Nusa Jaya Store Walikota Tangerang Arief Wirmanasyah memberikan apresiasi tentang ucapan rasa bangganya terhadap UMKM NJ Store karena kebersamaan dan gotong royong yang dilakukan para pelaku UMKM untuk meningkatkan perekonomiannya, beliau juga turut serta pada saat peresmian gerai NJ Store. Kemudian apresiasi datang dari beberapa petinggi Negara, berupa kunjungan langsung ke Gerai Nj Store seperti tim dari Kementerian Luar Negeri Indonesia, Anggota DPR RI beserta Kepala Bank Indonesia provinsi Banten dan didampingi Camat Karawaci.

Kemudian wujud lain dari peran Pemerintah sebagai Katalisator yaitu dengan adanya program pengurusan HAKI (Hak Kekayaan Intelektual) berupa pendaftaran hak merek dagang bagi seluruh pelaku UMKM yang ada di Kota Tangerang secara gratis. Bagi suatu badan usaha hak atas Kekayaan Intelektual amat penting sebagai perlindungan terhadap pemalsuan ataupun penyalahgunaan karya intelektual oleh suatu usaha seperti hak paten, merek dan lain sebagainya, suatu produk merupakan aset penting bagi suatu usaha termasuk UMKM, maka dari itu HAKI perlu sekali dilakukan oleh para pelaku UMKM mengingat pemegang hak memiliki kepatian hukum sehingga pemegang hak dapat melakukan upaya hukum bila mana terjadi suatu peniruan oleh pihak lain tanpa izin.

## 5. KESIMPULAN

Pemerintah berperan sebagai fasilitator, regulator, dan akselerator dalam pertumbuhan UMKM Nusajaya Cerdas, menurut riset. bangunan toko produk pelaku UMKM untuk diperjualbelikan secara offline, kemudian sarana pelatihan SDM berupa foto produk dan pelatihan pengemasan serta pemasaran digital, kemudian sarana promosi dan pemasaran melalui media sosial seperti instagram melalui akun @indagkopukm\_tangerangkota dan @tangerangkota dan melalui fitur Ayo Rangkul yang ada di E-commerce Tokopedia, pengadaan fasilitas Uji coba lab gratis, peliputan gratis, serta mengadakan event pameran tahunan. Kota Tangerang telah berjalan efektif sebagai sarana bagi UMKM Nusajaya Smart.

Pemerintah sebagai regulator dimulai dengan perumusan, implementasi, dan evaluasi kebijakan atau peraturan melalui Peraturan Walikota Nomor 9 Tahun

2019, Peraturan Walikota Nomor 68 Tahun 2021, dan Peraturan Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Nomor 6 Tahun 2020. Sehingga sebagai regulator, pemerintah telah menetapkan dan melaksanakan kebijakan. Terakhir, Pemerintah mengapresiasi pelaku UMKM, mendukung pengelolaan HKI bagi UMKM di Kota Tangerang, dan mensubsidi komoditas.

## 6. SARAN

Penelitian ini menemukan bahwa peran pemerintah umumnya dilakukan dalam hal upaya perluasan pemasaran hasil produk, tetapi belum menyentuh secara lebih dalam mengenai kualitas produk dan peningkatan jangkauan pemasaran melalui media *online* dan *e-commerce*. Perlu kiranya penguatan peran pemerintah dalam meningkatkan kualitas produk dan juga pendalaman mengenai optimalisasi dalam pemasaran terutama penguatan *skill* dan kemampuan melalui pelatihan *e-marketing* dan juga bisnis digital yang juga akan memperkuat keberlanjutan UMKM yang telah ada dan tumbuh. Peran pemerintah dalam hal ini dapat meliputi penguatan standarisasi produk dan juga inovasi produk yang mendukung pengembangan UMKM untuk lebih inovatif.

## 7. DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, I. F. (2020, April 9). *Dampak Corona, Ratusan UMKM di Kota Tangerang Terancam Gulung Tikar*.  
<https://tangerangnews.com/print/30916/Dampak-Corona-Ratusan-UMKM-di-Kota-Tangerang-Terancam-Gulung-Tikar>
- Andayani, I., Roesminingsih, M. V., & Yulianingsih, W. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 16(1), 12–20.
- Anggraeni, W. C., Ningtiyas, 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.
- Arief, M. N. I. (2021). *Nusa Jaya Store Angkat UMKM Kelurahan Nusa Jaya Kota Tangerang*.  
<https://wartakota.tribunnews.com/2021/08/24/video-nusa-jaya-store-angkat-umkm-kelurahan-nusa-jaya-kota-tangerang>.
- Diva, G. (2009). Mengembangkan umkm melalui pemberdayaan peran pemerintah daerah. *Jakarta: Bakrie School of Management*.
- Fadly, H. D., & Utama, S. (2020). Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 213–222.
- Fajrin, E. (2021). *Realisasi Program Tangerang Emas Capai Rp573 Juta Tahun 2021*. Tangerangkota.Go.Id.

- Indayani, S., & Hartono, B. (2020). Analisis pengangguran dan pertumbuhan ekonomi sebagai akibat pandemi covid-19. *Jurnal Perspektif*, 18(2), 201–208.
- Islami, N. W., Supanto, F., & Soeroyo, A. (2021). Peran pemerintah Daerah Dalam Mengembangkan UMKM Yang Terdampak Covid-19. *Karta Rahardja: Jurnal Pembangunan Dan Inovasi*, 3(1), 45–57.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi media sosial, Youtube, Instagram dan WhatsApp ditengah pandemi covid-19 dikalangan masyarakat virtual Indonesia. *Baitul'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 41–57.
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Laura Hardilawati, W. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Muhyiddin, M. (2020). Covid-19, New Normal, dan Perencanaan Pembangunan di Indonesia. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 240–252.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Kencana.
- Nurussofiah, F. F., Karimah, U., Khodijah, S., & Hidayah, U. (2022). Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Di Era Globalisasi. *DEVELOPMENT: Journal of Community Engagement*, 1(2), 127–143.
- Permana, S. D. H., & Cendana, M. (2019). Pemanfaatan Sosial Media sebagai Strategi Promosi bagi Sustainability Bisnis UMKM. *ETHOS: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 163–169.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Ramadhanti, A., Wahyuni, S., & Zulianto, M. (2022). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Umkm Batik Di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 16(1), 47–52.
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS*, 3(1), 206–217.
- Sumadi, M. F., & Prathama, A. (2021). Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)“Handycraft” Limbah Kayu Jati Sebagai Produk Unggulan Kabupaten Bojonegoro. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(5), 2322–2335.
- Wahyunti, S. (2020). Peran Strategis UMKM Dalam Menopang Perekonomian Indonesia Di Tengah Pandemi Covid-19. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 3(2), 280–302.
- Wibowo, R. I. (2021). *Perbandingan Perizinan UMKM Sebelum dan Sesudah Adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja Perspektif Mashlahah* [PhD Thesis]. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Wijoyo, H., Vensuri, H., Sunarsi, D., Prasada, D., Setyawati, L., Lutfi, A. M., & Akbar, I. R. (2020). *Digitalisasi UMKM*. Insan Cendekia Mandiri.
- Winarti, C. (2021). Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19. *Universitas Tanjungpura*, 195–206.
- Zulkipli, Z., & Muharir, M. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 1(1), 7–12.