

Sinergisitas Peningkatan Produk Dalam Negeri di Yogyakarta

The Synergy of Increasing Domestic Products in Yogyakarta

Sagung Gede Rahmawati*, Didit Welly Udjiyanto, Joko Susanto
Program Studi Magister Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
Jl. SWK No.104 (Lingkar Utara) Condongcatur Yogyakarta Indonesia 55283
*e-mail korespondensi: sg.rahmawati82@gmail.com

Diterima tanggal : 5 Desember 2023 ; Disetujui tanggal : 26 Desember 2024

ABSTRAC

The National Movement of Proudly Made in Indonesia is a government effort to revive the economy by developing MSMEs after the Covid- 19 pandemic, so all elements of society are asked to participate in making this movement a success. This study analyzes the implementation of this national movement in the Special Region of Yogyakarta. A quantitative descriptive approach was used in this study. This research utilizes interview techniques to collect primary data on the development of MSMEs from regional government work units of the Special Region of Yogyakarta. The data analysis technique was MACTOR (Matrix, Alliance, Tactics, Conflict, and Recommendations). The results showed that the Industry and Trade Service, the Cooperatives and SMEs Service, and Dekranasda were three agencies that played a significant role in the success of the Proudly Made in Indonesia Program in Yogyakarta. The collaboration of the three agencies in increasing the use of domestic products impacts the sustainability of the Proudly Made in Indonesia Program. However, the coaching program implemented by all agencies is prone to overlapping programs, overlapping authority, and program duplication. For this reason, communication and coordination between agencies are needed so that the coaching can run effectively and efficiently.

Keywords: Covid-19 Pandemic, MSMEs, Proudly, Made in Indonesia,

ABSTRAK

Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia merupakan upaya pemerintah untuk membangkitkan perekonomian dengan mengembangkan UMKM pasca pandemi Covid-19, maka seluruh elemen masyarakat diminta untuk turut serta menyukseskan gerakan ini. Penelitian ini menganalisis implementasi gerakan nasional ini di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pendekatan deskriptif kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini memanfaatkan teknik wawancara untuk mengumpulkan data primer tentang pengembangan UMKM dari satuan kerja perangkat daerah Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik analisis data yang digunakan adalah MACTOR (Matriks, Aliansi, Taktik, Konflik, dan Rekomendasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi dan UKM, dan Dekranasda merupakan tiga instansi yang memegang peranan penting dalam menyukseskan Program Bangga Buatan

Indonesia di Yogyakarta. Kolaborasi ketiga instansi tersebut dalam meningkatkan penggunaan produk dalam negeri berdampak pada keberlanjutan Program Bangga Buatan Indonesia. Namun, program pembinaan yang dilaksanakan oleh seluruh instansi tersebut rawan terjadi tumpang tindih program, tumpang tindih kewenangan, dan duplikasi program. Untuk itu diperlukan komunikasi dan koordinasi antar instansi agar pembinaan dapat berjalan efektif dan efisien.

Kata Kunci: Pandemi Covid-19, UMKM, Bangga, Buatan Indonesia

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah mengubah kondisi dunia yang menyebabkan perekonomian dunia menjadi menurun. Perlambatan pertumbuhan perekonomian dikarenakan wabah tersebut dirasakan oleh seluruh negara di dunia. Langkah pembatasan aktivitas masyarakat ternyata membawa dampak dalam bidang perekonomian. Mas'udi & Winanti (2020) menyebutkan bahwa Covid-19 telah membawa dampak pada melemahnya sosial ekonomi yang besar, bukan saja dari dampak penyakitnya tetapi juga pada kebijakan yang diambil dalam penanganan serta penyebaran penularannya. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada saat kejadian krisis ekonomi di tahun 1998, menjadi sektor usaha yang dapat bertahan menghadapi krisis pada saat itu. UMKM sebagai unit usaha terkecil-pun tak luput dari dampak perlambatan kondisi ekonomi, namun para pelaku UMKM masih dapat berusaha dengan melakukan penyesuaian kondisi yang dialaminya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Hernikawati (2022) bahwa teknologi informasi sangat berpengaruh dalam peningkatan pendapatan UMKM selain itu kemampuan adaptasi terhadap kondisi yang ada menjadikan UMKM dapat bertahan dan memberikan pengaruh terhadap stabilitas perekonomian.

Sementara itu, hasil penelitian Kadani & Sriyani (2020) menyatakan bahwa UMKM telah terbukti menjadi suatu usaha yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Peran yang besar dalam perekonomian di masyarakat menjadikan UMKM dapat bertahan walau dihadapkan dalam situasi krisis. Untuk terus mempertahankan usahanya di masa Pandemi Covid-19, UMKM melakukan berbagai strategi, di antaranya strategi dibidang pemasaran.

UMKM sebagai sektor usaha masyarakat sangat rentan terhadap keterbatasan kualitas Sumber Daya Manusia yang mengelolanya, keterbatasan

permodalan yang mengakibatkan UMKM sulit bertahan (ILmi, 2021). Adapun Nugroho (2018) di Kecamatan Saptosari menemukan bahwa kemudahan pelayanan perizinan, kebijakan pemerintah dalam memediasi antara pemilik modal yang pelaku usaha, kebijakan upah minimum yang menguntungkan antara pengusaha dan pekerja, pelatihan keterampilan untuk meningkatkan hasil produksi serta pelatihan inovasi pemasaran adalah hal-hal yang sangat dibutuhkan oleh UMKM. Untuk mewujudkan peningkatan teknologi dan inovasi bagi UMKM maka diperlukan adanya suatu pelatihan. Penelitian ini sejalan dengan temuan Rahman et al. (2021) di Desa Girirejo yang menunjukkan bahwa UMKM membutuhkan pelatihan baik itu mengenai produksi hingga pemasaran.

UMKM memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja, peningkatan perekonomian lokal, dan inovasi baru serta membuka pasar baru yang kontribusinya terhadap perekonomian suatu negara tidaklah sedikit, sedangkan Pemerintah mempunyai peran untuk selalu membangun iklim usaha yang kondusif serta mempunyai kewajiban untuk mengarahkan dan melindungi agar pembangunan nasional tetap terus berjalan (Kadeni & Srijani, 2020; Sofyan, 2017). Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Siregar (2011) mengatakan bahwa diperlukan komitmen kuat dan langkah kompresensif dari pemerintah Indonesia dalam penggunaan produk dalam negeri sehingga industri hulu hingga hilir dapat memajukan industri dalam negeri dan produk dalam negeri dapat bersaing dengan produk dari luar negeri.

Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia yang diluncurkan oleh Presiden Joko Widodo pada tanggal 14 Mei 2020 menjadi program pemerintah yang bertujuan untuk penguatan UMKM dan menghimbau masyarakat untuk membeli produk dalam negeri, diharapkan dengan adanya penguatan UMKM dapat mendorong tumbuhnya perekonomian yang sedang menurun karena pandemik Covid-19. Pasal 3 Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 2021 mengamanatkan kepada Tim Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia untuk melaksanakan kegiatan pencapaian target Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia dengan cara meningkatkan jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah/Industri Kecil dan Menengah termasuk pelaku ekonomi kreatif yang masuk dalam ekosistem digital,

meningkatkan transaksi penjualan produk lokal, meningkatkan daya beli masyarakat, perluasan pasar, akses permodalan, pelatihan, pendataan dan percepatan siklus ekonomi lokal melalui belanja produk lokal, memberikan stimulus ekonomi untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah termasuk pelaku ekonomi kreatif Gerakan Nasional Gerakan Bangga Buatan Indonesia sesuai dengan ketentuan Undang-Undang, menyelaraskan program Gerakan Nasional Gerakan Bangga Buatan Indonesia dengan kampanye publik Gerakan Nasional Gerakan Bangga Buatan Indonesia, monitoring dan evaluasi serta pelaporan data perkembangan Gerakan Nasional Gerakan Bangga Buatan Indonesia.

Romanti (2023) mengatakan bahwa tujuan utama dalam Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia adalah mempromosikan produk-produk lokal dari UMKM dengan mendorong ide-ide kreatif dari para artisan sehingga akan muncul daya saing dari masing-masing produk yang nantinya akan bermuara kepada peningkatan perekonomian bangsa. Oleh karena hal tersebut, perlu dilakukan sinergisitas semua pihak dalam melakukan promosi dan edukasi pentingnya menggunakan produk dalam negeri serta memberikan penghargaan terhadap pelaku usaha yang telah menciptakan produk berkualitas tinggi dan mempunyai kreatifitas yang bagus serta mendorong masyarakat untuk selalu bangga membeli produk dalam negeri melalui berbagai program penjualan, pemberian diskon, ataupun melalui promosi khusus untuk meningkatkan minat masyarakat membeli produk lokal. Pemerintah berusaha untuk tetap menggerakkan perekonomian nasional melalui konsumsi produk dalam negeri. Presiden menginstruksikan kepada seluruh Kementerian/Lembaga dan Pemerintah Daerah turut serta dalam menyukseskan Gerakan Nasional tersebut.

Penelitian ini ingin melihat satuan kerja perangkat daerah di Daerah Istimewa Yogyakarta yang mempunyai andil terbesar dalam menyukseskan program Gerakan Bangga Buatan Indonesia di Yogyakarta (aktor utama) dalam pembinaan UMKM dan bagaimana sikap setiap instansi terhadap konsumsi produk dalam negeri di Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2019) penelitian kuantitatif deskriptif adalah penelitian yang mengukur nilai suatu variabel lebih mendalam. Lokasi penelitian yang dipilih adalah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam penelitian ini, responden yang terlibat adalah pejabat Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKDP) yang melakukan pembinaan terhadap UMKM di DIY, di antaranya adalah pejabat Dinas Koperasi dan UKM (Diskop), Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag), Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan (DPKP), Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP), Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk (DP3AP2), Bank Pembangunan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (BPD DIY), Dewan Kerajinan Nasional Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (Dekranasda DIY) dan Biro Pengembangan Infrastruktur Wilayah dan Pembiayaan Pembangunan melalui Unit Layanan Pengadaan (BLP).

Data yang dipergunakan adalah data primer berdasarkan hasil wawancara dari pejabat dari instansi yang membidangi UMKM yang meliputi pejabat di Diskop, Dinas Perindag, DPKP, DKP, DP3AP2, BPD DIY, Dekranasda dan BLP. Penelitian ini menggunakan analisis MACTOR (Matrix of Alliances and Conflict Tactics, and Recommendations) yaitu suatu alat analisis yang membantu peneliti untuk menemukan hubungan penting antar aktor dalam suatu kebijakan dan tujuan mereka. Mafruhah et al., 2021 (2021) mengatakan bahwa analisis *stakeholder* dapat dipergunakan untuk melihat tingkat partisipasi masing-masing pemangku kepentingan dalam mensikapi suatu hal.

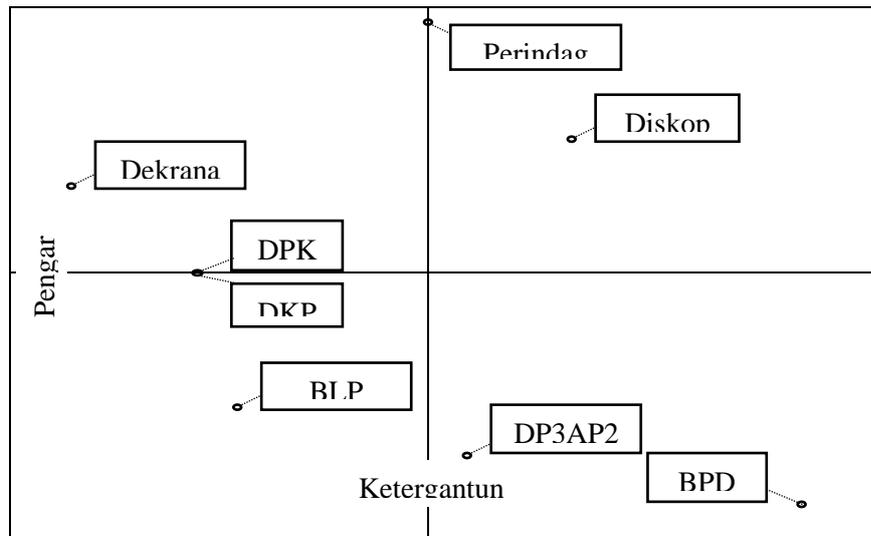
Penelitian *Prospective analysis* mengacu pada pemikiran (Cadith et al., 2019; Fauzi, 2022), MACTOR memiliki cara kerja melalui pengisian matriks posisi atau 1MAO (Matriks Aktor Objective) dan Matriks 2MAO. Matriks selanjutnya adalah matriks pengaruh masing-masing pihak yang terlibat (Matriks Influence Direct)/ MID. Setelah menghitung matriks MID dan 1MAO akan menghasilkan matriks 2MAO. Selanjutnya MACTOR akan menghitung 3MAO, yakni matriks yang menjadi dasar dalam pembahasan MACTOR. Berdasar matriks 3MAO dapat dihasilkan matriks yang melihat antara konvergensi dan divergensi

antar aktor akan isu yang ada. Matriks Divergensi dan Konvergensi akan menghasilkan koefisiensi ambivalensi antar aktor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa MACTOR dapat digunakan dalam menjawab seberapa besar pengaruh dan ketergantungan posisi aktor dalam melakukan pembinaan terhadap UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Analisa tersebut dapat kita lihat dalam pembagian kuadran menjadi empat bagian. Kuadran 1 adalah aktor yang mempunyai pengaruh tinggi dan ketergantungan yang rendah, sedang kuadran kedua adalah letak aktor dengan pengaruh tinggi dan ketergantungan tinggi, kuadran ketiga merupakan posisi aktor dengan pengaruh rendah namun mempunyai ketergantungan yang tinggi dan kuadran keempat menunjukkan posisi aktor dengan pengaruh rendah dan ketergantungan yang rendah pula.

Gambar 1 menyajikan, bahwa Dinas Koperasi dan UKM adalah aktor yang mempunyai pengaruh dan ketergantungan yang tinggi terhadap pengembangan produk dalam negeri di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Dinas Perindustrian dan Perdagangan serta Dekranasda adalah aktor dengan tingkat ketergantungan yang rendah dan pengaruh yang paling tinggi, Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan dan Dinas Kelautan dan Perikanan adalah aktor dengan pengaruh yang kurang dan ketergantungan yang rendah sedangkan BPD dan Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk merupakan aktor dengan tingkat ketergantungan tinggi serta pengaruh yang rendah. Matriks Pengaruh langsung dan ketergantungan antar aktor, dapat diketahui dari preferensi para aktor yang terlibat dalam pemberdayaan UMKM di DIY terhadap pengembangan produk dalam negeri.



Gambar 1. Peta Pengaruh dan Ketergantungan Antar Aktor
 Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Tabel 1. Matriks Langsung dan Tidak Langsung

MDII	DPKP	Diskop	DKP	Perindag	BPD	BLP	Dekranasda	DP3AP2	Ii
DPKP	4	9	4	5	9	5	3	7	42
Diskop	4	15	4	13	15	6	4	8	54
DKP	4	9	4	5	9	5	3	7	42
Perindag	4	18	4	17	19	6	4	8	63
BPD	2	4	2	6	6	3	0	5	22
BLP	4	6	4	6	6	5	2	5	33
Dekranasda	4	11	4	7	11	6	4	8	51
DP3AP2	2	6	2	3	6	3	3	5	25
Di	24	63	24	45	75	34	19	48	332

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Dinas Perindustrian dan Perdagangan sebagai aktor dalam pembinaan UMKM mempunyai pengaruh yang besar dikarenakan tugas pokoknya menyangkut pembinaan terhadap produk UMKM maupun industri dari proses di hulu hingga ke hilir dengan skor 63, sesuai dengan Tabel 1 sehingga Dinas Perindustrian dan Perdagangan menjadi aktor yang paling berpengaruh terhadap berlangsungnya Program Gerakan Bangga Buatan Indonesia. Selain Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi dan UKM dengan skor 54 menjadi aktor yang mempunyai pengaruh tertinggi selanjutnya diikuti oleh Dekranasda dengan skor 51. BPD (22) menjadi aktor yang kurang mempunyai pengaruh dapat dikatakan bahwa BPD banyak menerima pengaruh dalam menjalankan fungsinya

kepada konsumen. Tinggi rendahnya peran BPD dalam menyukseskan Gerakan Bangga Buatan Indonesia dalam hal ini dari segi permodalan sangat bergantung terhadap permintaan konsumen terhadap fasilitasi permodalan dengan suku bunga yang ringan dari pemerintah. Bila melihat dari tingkat ketergantungan dari setiap aktor dapat terlihat BPD memiliki nilai skor yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa BPD (75) memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi karena faktor konsumen yang mengakses permodalan di bank tersebut, sedangkan Dekranasda adalah aktor yang memiliki tingkat ketergantungan yang rendah, dikarenakan tupoksi Dekranasda sebagai wadah dari pengrajin seni kriya dan wastra mengakibatkan Dekranasda (19) memiliki ketergantungan yang rendah. Segmentasi pembinaan yang spesifik mengakibatkan Dekranasda memiliki ketergantungan yang rendah.

Tabel 2. Matriks Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Maxima

MMDII	DPKP	Diskop	DKP	Perindag	BPD	BLP	Dekranasda	DP3AP2	IMAXi
DPKP	0	4	2	3	4	3	3	3	22
Diskop	2	0	2	4	4	3	4	3	22
DKP	2	4	0	3	4	3	3	3	22
Perindag	2	4	2	0	4	3	4	3	22
BPD	2	4	2	4	0	3	0	3	18
BLP	2	4	2	4	4	0	2	3	21
Dekranasda	2	4	2	4	4	3	0	3	22
DP3AP2	2	3	2	3	3	3	3	0	19
DMAXi	14	27	14	27	27	21	19	21	168

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Terlihat pada Tabel 2 bahwa pengaruh maksimal ada di Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan, Dinas Koperasi dan UKM, Dinas Kelautan dan Perikanan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, serta Dewan Kerajinan Nasional Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta. Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan mempunyai pengaruh maksimal terhadap produk pertanian, Dinas Kelautan dan Perikanan mempunyai pengaruh maksimal terhadap produk kelautan dan perikanan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan mempunyai pengaruh maksimal terhadap pengawasan dan pembinaan produk UMKM hingga regulasinya dan Dekranasda

mempunyai pengaruh yang kuat terhadap UMKM yang produknya adalah seni kriya dan wastra mulai dari pembinaan hingga pemasarannya.

Bila melihat pada Matriks Pengaruh Langsung dan Tidak langsung Maxima, Dinas Koperasi dan UKM dan BPD adalah aktor dengan ketergantungan maksimal, hal ini dikarenakan kinerja Dinas Koperasi dan UKM dan BPD bergantung kepada aktor yang lain dalam pengembangan produk dalam negeri.

Tabel 3. Matriks Pengaruh Aktor dan Tujuan

2MAO	Prod_DN	Prod UMKM	Pasar_Prod	Kons_DN	Prod_ikan	Prod_tani	Daya_saini	Modal
DPKP	1	3	3	2	0	4	0	2
Diskop	3	4	3	3	3	2	3	2
DKP	1	3	3	2	4	0	0	2
Perindag	4	4	4	3	3	3	4	2
BPD	1	2	0	2	2	3	2	4
BLP	4	3	0	3	0	0	0	0
Dekranasda	4	4	2	3	0	0	4	2
DP3AP2	1	2	3	4	0	0	0	2

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Tabel 3 menyajikan matriks pengaruh aktor dan tujuan, terlihat bahwa Dinas Perindustrian dan Perdagangan adalah aktor yang mempunyai kepentingan terbesar yaitu sebesar 27, hal ini sesuai dengan tupoksinya dalam pembinaan produk UMKM dan industri dari hulu hingga hilir. Sedangkan bila melihat dari tujuan yang paling banyak disepakati oleh aktor, terlihat bahwa pengembangan produk UMKM dan produk dalam negeri menjadi tujuan yang secara bersama-sama menjadi tujuan setiap aktor yang diwujudkan dan dilaksanakan dalam setiap program kerjanya. Pengembangan produk UMKM dan produk dalam negeri sejalan dengan tujuan program Gerakan Bangga Buatan Indonesia yang dilaksanakan oleh pemerintah. Penggunaan produk dalam negeri, pengembangan produk Koperasi dan UMKM, serta konsumsi dalam negeri di dukung penuh oleh para aktor yang terlibat dalam penelitian ini. Para aktor menyadari bahwa penduduk Yogyakarta adalah pasar potensial sekaligus sebagai produsen potensial yang dapat memberikan pengaruh terhadap pergerakan perekonomian regional. Pengembangan produk menjadi lebih menarik, memiliki daya saing terhadap produk dari luar baik itu luar daerah

Yogyakarta maupun luar negeri membuat konsumen akan meminati produk tersebut.

Pengembangan dan pengawasan perdagangan mempunyai sisi yang penting bagi suatu produk. Inovasi pengolahan produk menjadi berbagai macam hasil olahan yang berbeda membuat konsumen tertarik dalam membeli. Selain itu dengan adanya inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing antar pelaku usaha UMKM yang nantinya akan mempengaruhi terhadap tingkat pendapatan UMKM tersebut. Pemberian sertifikasi, perijinan, pengawasan edar produk menjadi hal yang sangat penting. Aktor yang terlibat langsung dalam substansial pengembangan dan pengawasan perdagangan akan melakukan sinergisitas dengan tujuan agar produk yang ditawarkan menjadi produk yang memiliki pembeda dan sesuai dengan persyaratan yang diminta oleh pasar baik itu dari segi keamanan produk maupun penampilan produk.

Biro Layanan Pengadaan dan BPD DIY tidak turut secara langsung dalam menangani pengembangan dan pengawasan perdagangan. Biro Layanan Pengadaan hanya memberikan kesempatan UMKM untuk turut serta dalam program “Bela Pengadaan” dimana UMKM diperbolehkan dan mendapatkan prioritas dalam pengadaan barang/ jasa pemerintah. Biro Layanan pengadaan melakukan pendampingan bagi UMKM yang berminat untuk menjadi penyedia barang/jasa pemerintah, sedangkan BPD DIY dengan tugasnya sebagai agen perbankan, menyediakan permodalan bagi UMKM, walaupun disisi yang lain BPD DIY juga membantu UMKM dalam pemasaran melalui bazar, namun hal tersebut bukan merupakan fungsi pokok dari BPD DIY.

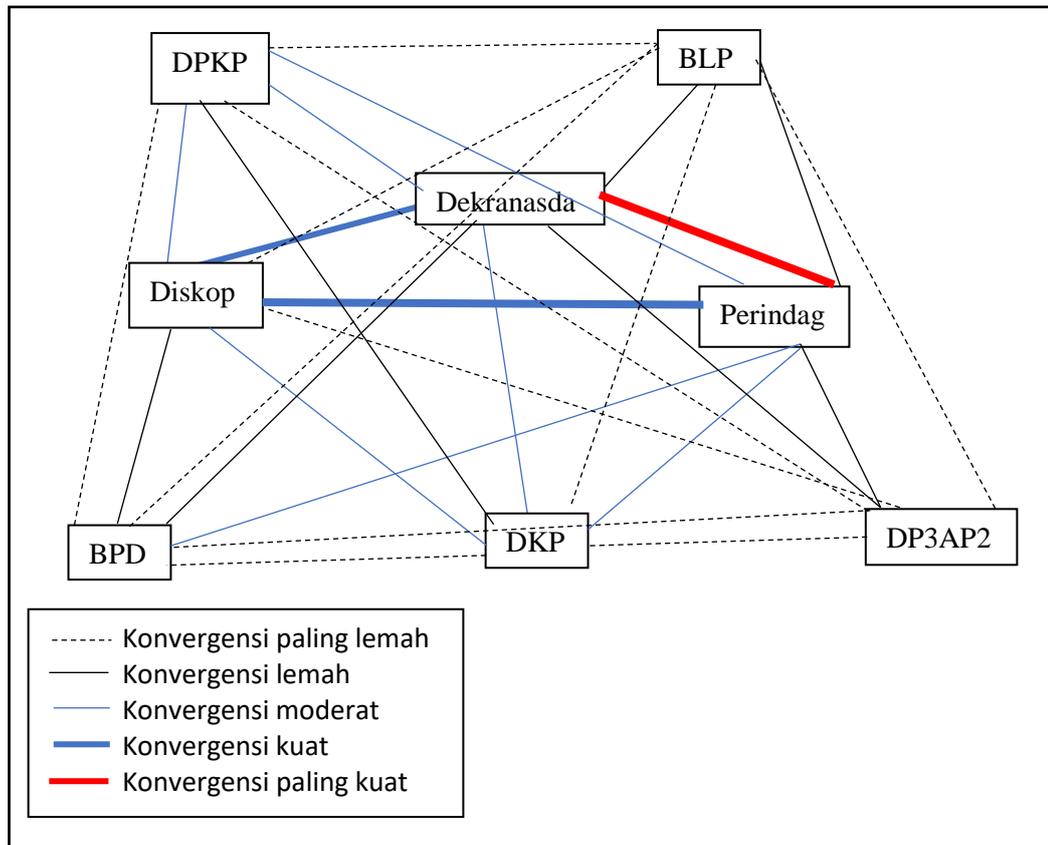
Tabel 4. Matriks Posisi Setiap Aktor terhadap Tujuan

3MAO	Prod_DN	Prod_UKM	Pasar_Prod	Kons_DN	Prod_ikan	Prod_tani	Daya_saing	Modal	Mobilisatio n
DPKP	1,3	4	3,8	3	0	5,1	0	3	19
Diskop	2,8	4	2,8	3	2,8	1,9	3	2	22
DKP	1,3	4	3,8	3	5,1	0	0	3	19
Perindag	5,7	6	5,7	4	4,2	4,2	6	3	38
BPD	0,2	0	0	0	0,4	0,6	0	1	3,1

3MAO	Prod_DN	Prod_UKM	Pasar_Prod	Kons_DN	Prod_ikan	Prod_tani	Daya_saing	Modal	Mobilisatio n
BLP	2,9	2	0	2	0	0	0	0	7,3
Dekranasda	7,2	7	3,6	5	0	0	7	4	34
DP3AP2	0,4	1	1,1	1	0	0	0	1	4,3
Number of agreements	21,7	28	20,9	22	12,6	11,8	16	15	
Number of disagreements	0	0	0	0	0	0	0	0	
Degree of mobilization	21,7	28	20,9	22	12,6	11,8	16	15	

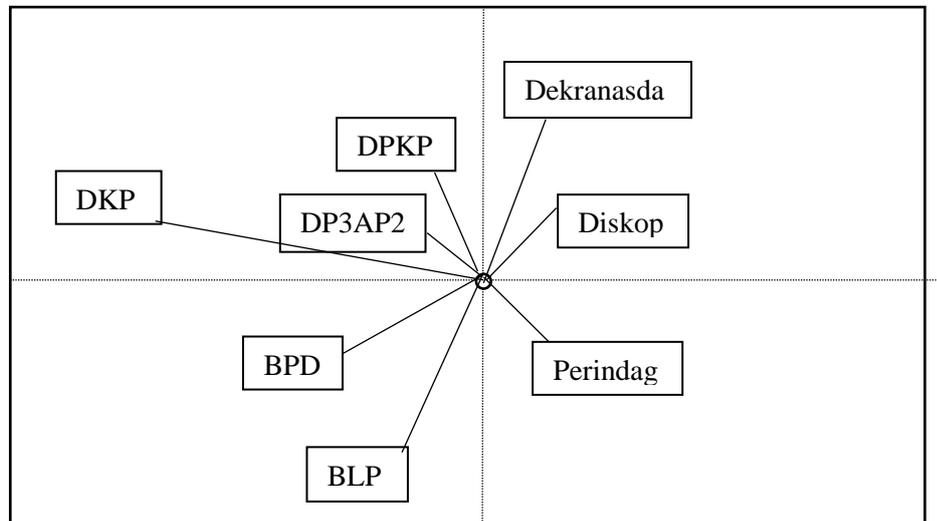
Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Tabel 4 menunjukkan bahwa Perindag dengan nilai 38,2 adalah aktor yang paling besar mendukung adanya mobilitas Gerakan Bangga Buatan Indonesia, sedangkan bila melihat dari tujuan yang paling banyak didukung oleh aktor yang terlibat adalah pada pengembangan produk dalam negeri dan konsumsi produk dalam negeri, hal ini sesuai dengan tujuan program Bangga Buatan Indonesia. Harapan pengembangan produk dalam negeri yang baik dan konsumsi dalam negeri yang meningkat dapat mendorong kemandirian ekonomi nasional. Pengembangan produk dapat menambah daya saing produk di pasar dalam dan luar negeri. Pengembangan produk dapat berupa pengembangan pengolahan yang melahirkan inovasi produk yang sebelumnya belum pernah ada, *packaging* produk agar lebih menarik konsumen, pemasaran produk yang tidak hanya dilakukan secara offline namun sudah dapat mengikuti perkembangan pasar dan menjangkau lebih banyak konsumen, serta kelengkapan perijinan sehingga konsumen merasa terlindungi apabila menggunakan produk tersebut menjadi hal yang perlu diperhatikan. Konsumen yang cerdas akan memperhatikan banyak hal dalam membeli suatu produk, maka agar produk Indonesia menjadi pemenang di negaranya sendiri sangatlah perlu terus dikembangkan.



Gambar 2. Grafik Order 3 Konvergensi Antar Aktor
 Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Gambar 2 memperlihatkan adanya konvergensi yang paling kuat antara Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan Dekranasda, selain itu Pengaruh kuat juga dapat terlihat antara Dekranasda dengan Dinas Koperasi dan UMK serta Dinas Koperasi dan UMK dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Ketiga institusi tersebut memegang peranan penting dalam pengembangan produk dalam negeri dan konsumsi dalam negeri. Konvergensi moderat terjadi antara Dinas Kelautan dan Perikanan dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan juga dengan Dinas Koperasi dan UMK serta dengan Dekranasda, Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan mempunyai konvergensi moderat dengan Dinas Koperasi dan UMK, Dekranasda, dan dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Selain itu ada pula konvergensi yang bersifat lemah dan sangat lemah yang terjadi antar satuan kerja perangkat daerah yang ada di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.



Gambar 3. Peta Divergensi Order Ketiga Aktor
Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Terlihat dari Gambar 3, terlihat bahwa tidak ada divergensi antar aktor yang terlibat dalam pembinaan UMKM baik itu dalam tujuan pengembangan produk dalam negeri maupun dalam peningkatan konsumsi dalam negeri. Sinergisitas semua aktor terjadi dalam menyukseskan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia. Setiap aktor yang terlibat dalam penelitian ini sepakat untuk saling mendukung dan bekerjasama dalam pengembangan produk dalam negeri dan konsumsi dalam negeri yang diwujudkan dalam program kerja masing-masing aktor atau satuan kerja perangkat daerah yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini sejalan dengan temuan Rahman et al. (2021) dilakukan di Desa Girirejo dan Nugroho (2018) di Kecamatan Saptosari bahwa Disperindag, Dinas Koperasi dan UKM, serta Dekranasda mempunyai tupoksi dalam pembinaan UMKM baik dalam memberikan pelatihan, pemasaran, maupun fasilitasi perijinan sehingga ketiga satuan kerja tersebut mempunyai peran sebagai aktor utama dalam menyukseskan Gerakan Bangga Buatan Indonesia di Yogyakarta

SIMPULAN

Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi dan UKM serta Dekranasda adalah tiga instansi yang berperan besar dalam keberhasilan berlangsungnya Program Bangga Buatan Indonesia di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kerjasama antar ketiga instansi tersebut dalam peningkatan penggunaan produk dalam negeri sangat berdampak terhadap keberlangsungan Program Bangga Buatan Indonesia. Seluruh instansi yang terlibat dalam pembinaan UMKM sudah berkomitmen untuk meneruskan pembinaan UMKM sehingga konsumsi terhadap produk dalam negeri dan produk lokal meningkat. Sinergisitas antar satuan kerja perangkat daerah yang membidangi UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta diwujudkan dalam program kerja yang dibentuk melalui kerjasama dan koodinasi antar dinas sehingga pembinaan terhadap UMKM dapat berjalan secara berkelanjutan.

Program Bangga Buatan Indonesia yang diwujudkan oleh Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta melalui program kerja instansi yang membidangi UMKM perlu lebih ditingkatkan kembali. Komunikasi dan koordinasi antar instansi lebih ditingkatkan untuk menghindari tumpang tindihnya program, duplikasi pelaksanaan program hingga *overlapping* kewenangan sehingga program peningkatan pembinaan UMKM di DIY dapat berkelanjutan. Komunikasi dan koordinasi sangat diperlukan antar instansi agar pembinaan yang dilakukan dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Cadith, J., Shintaningrum, S., Rusli, B., & Muhtar, E. A. (2019). Relasi Antar Aktor Dalam Mendukung Sektor Perikanan Di Pesisir Teluk Banten. *Jurnal Administrasi Publik*, 10(1), 109–129. <https://doi.org/10.31506/jap.v10i1.5988>
- Fauzi, A. (2022). *Teknik Analisis Berkelanjutan*, Gramedia Pustaka Utama, September 2022.
- Hernikawati, D. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Di Kota Palembang the Covid-19 Pandemic Impact for Small and Medium Enterprise (Sme) in Palembang. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Mass*, 9–17.
- ILmi, N. A. N. (2021). Peran UMKM Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran Masyarakat dan Strategi UMKM Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal*

- Manajemen Bisnis*, 18(1), 96–107. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i1.2790>
- Kadeni, & Sriyani, N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium*, Volume 8, Nomor 2, Juli 2020, 8(2), 191–200.
- Mafruhah, I., Istiqomah, N., Dewa, A. L., Prawithosuci, W., & Akbar, L. (2021). *Aplikasi Alat Analisis Kontemporer Berbasis Kuantitatif dan Kualitatif*, Jejak Pustaka, Bantul, Yogyakarta.
- Mas'udi, W., & Winanti, P. S. (2020). *Tata Kelola Penanganan COVID-19 di Indonesia: Kajian Awal*, UGM.
- Nugroho, M. R. (2018). Penerapan Pola Sinergitas antara BUMDES dan UMKM. *Sembahda*, 28–37.
- Rahman, A. N., Rohim, A. N., Laras Septi, A. R., Asrori, K., Byzura, S. A., & Sekarwati, D. A. (2021). Model Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Desa Girirejo Melalui Program Wiradesa. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 22(2), 208–221. <https://doi.org/10.31315/jdse.v22i2.6381>
- Romanti. (2023). *Gerakan nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI): Memajukan Produk Lokal dan meningkatkan Kepercayaan Diri Bangsa*. <https://itjen.kemdikbud.go.id/web/gerakan-nasional-bangga-buatan-indonesia-gernas-bbi-memajukan-produk-lokal-dan-meningkatkan-kepercayaan-diri-bangsa/>
- Siregar, S. (2011). *Pentingnya Memakai Produk Dalam Negeri*. Universitas Lambung Mangkurat, Repo Dosen ULM, <https://repositori.dosen.ulm.ac.id/handle/123456789/7958?show=full>.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Bilancia*, 11(1), 33–59. [file:///C:/Users/Asus/Downloads/298-Article Text-380-1-10-20180728-3.pdf](file:///C:/Users/Asus/Downloads/298-Article%20Text-380-1-10-20180728-3.pdf)
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan : kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian tindakan*, Alfabeta, Bandung.