

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Situasi yang terjadi akhir-akhir ini di Indonesia yaitu pandemi COVID-19 yang memberikan kita semua pembelajaran dalam menghadapi situasi dan kondisi yang terjadi secara tak terduga. Akan tetapi, akhir-akhir ini hal tersebut mulai berubah dan sekarang menunjukkan trend positif. Terbukti dari banyaknya kasus yang menunjukkan penurunan positif disusul dengan angka kematian akibat COVID-19 juga mengalami penurunan dan presentasi jumlah kesembuhan akibat COVID-19 menunjukkan peningkatan. Kondisi tersebut secara tidak langsung memperlihatkan bahwasanya Indonesia telah memasuki transisi menuju akhir pandemi atau disebut endemi. Situasi tersebut direspon positif oleh semua stakeholder dengan melakukan beberapa penyesuaian segala bidang.

Seperti dalam penelitian (Setyoko et al., 2021) menyebutkan bahwasanya diperlukan standar dalam memberikan pelayanan yang mampu memberikan dalam penyesuaian sehingga pelayanan publik tetap berjalan maksimal meskipun berada dalam situasi transisi menuju pasca pandemi COVID-19. Pada dasarnya tiap pemerintah daerah mencoba menciptakan upaya penyesuaian dalam pelbagai bidang supaya dapat meningkatkan penyelenggaraan pelayanan publik, salah satunya yaitu Kabupaten Bantul. Adapun salah satu penyesuaian yang telah dilaksanakan Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul dari Dinas Koperasi, Usaha

Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan yaitu dalam hal pemberdayaan UMKM melalui pasar rakyat di era pasca pandemi COVID-19.

Penelitian (Hadiwardoyo, 2020), menyebutkan hasil kajian yang dilakukan oleh Kementerian Keuangan menyatakan bahwasanya dampak dari adanya pandemi COVID-19 dalam bidang perekonomian menurut *Internasional Monetary Fund* (IMF) mengakibatkan ekonomi global minus mencapai 3%. Selain itu, di Indonesia yang sebelumnya diperkirakan akan mengalami pertumbuhan ekonomi pada tahun 2022 dengan target 5,3% ternyata hanya menyentuh angka 2% akibat dari adanya pandemi COVID-19.

Selain itu, situasi pandemi COVID-19 juga membawa dampak negatif bagi perekonomian domestik dan regional. Beberapa diantaranya seperti menurunnya aktivitas perekonomian dan terganggunya keberadaan UMKM. Laporan Badan Pusat Statistik September 2020 memaparkan data bahwasanya semua sektor usaha merasakan dampak yaitu penurunan pendapatan. Adapun untuk usaha menengah besar (UMB) mencapai angka sebesar 82,29% dan untuk usaha kecil menengah (UMK) mencapai angka sebesar 84,20%. Kondisi tersebut jelas merepotkan sebagian UMKM karena terdampak pandemi COVID-19. Hal itu terjadi karena tidak adanya permintaan yang terjadi baik itu produk maupun jasa yang mempengaruhi kesulitan dalam membiayai operasional dan untuk yang memiliki cicilan kredit dari Bank juga kesulitan untuk membayar kreditnya (Prasetyo et al., 2020).

Selain itu, menurut (Rosita, 2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwasanya UMKM mengalami pendapatan yang menurun akibat dampak berantai dari adanya pandemi COVID-19. Salah satu dampak berantai yang mengakibatkan pendapatan menurun adalah adanya peraturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan persuasi *stay at home*. Hal tersebut mengganggu dalam hal permintaan pembelian, kekurangan bahan baku, kendala mobilitas dan lain sebagainya. Menurutnya, hampir sekitar 39% UMKM mengambil keputusan untuk mengurangi beberapa stok barang dan hampir sekitar 16,1% mengambil keputusan untuk mengurangi karyawan (BPS, 2020).

Sedangkan dalam penelitian (Qurrata et al., 2022), menjelaskan bahwasanya menurut Kementerian Koperasi dan UKM terdapat dampak serius karena pandemi COVID-19 yang dialami oleh sekitar 37ribu UMKM. Hal tersebut terjadi ditandai dengan angka yang menurun penjualan mencapai 56%, masalah modal dan biaya mencapai 22%, distribusi barang mencapai 15%, dan perolehan bahan baku mentah yang sulit mencapai 4%.

Pada tahun 2019 data menyebutkan bahwasanya terdapat 250ribu UMKM yang berada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan sekitar 62ribu terdapat di Kabupaten Bantul atau sekitar 26%. Selanjutnya Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul melakukan data ulang mengenai jumlah UMKM menemui hasil data sementara mencapai sekitar 48ribu dan sekitar 24ribu pelaku UMKM yang telah terdata berdasarkan nama di setiap kapanewon. Jumlah

tersebut lebih minim dibandingkan dengan hasil data UMKM yang ditemui oleh BPS mencapai angka 121ribu.

UMKM yang terdapat di Kabupaten Bantul mayoritas berkiprah di bidang perdagangan besar dan eceran, penyedia makanan dan minuman, serta reparasi kendaraan. Bidang perdagangan tersebut merasakan dampak langsung akibat pandemi COVID-19 karena mengalami pengurangan permintaan dari para konsumen. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian (Suharson, 2020) yang menyebutkan bahwasanya terdapat sekitar 72,6% UMKM di Kabupaten Bantul mengalami kendala dalam hal penurunan pendapatan, permodalan dan kinerja akibat pandemi COVID-19.

Masyarakat Kabupaten Bantul mayoritas memenuhi perekonomiannya melalui bekerja di bidang industri manufaktur. Adapun pengertian dari industri manufaktur adalah sebuah industri yang mengolah baik pribadi maupun perusahaan yang memperoleh bahan baku dari produk hasil pertanian, perikanan, kehutanan, pertambangan ataupun penggalian dan lain sebagainya.

Mengutip dari hasil publikasi yang telah dilakukan dengan judul “Yogyakarta dalam angka” menyebutkan bahwasanya masyarakat dengan umur 15 tahun ke atas banya bekerja di bidang industri mencapai angka 537.638 orang atau sekitar 37,6% masyarakat Kabupaten Bantul. Pencapaian angka tersebut tergolong yang paling tinggi daripada kabupaten lain yang terdapat di Provinsi DIY. Hal tersebut terjadi akibat upah yang diterima dari bidang industri di

Kabupaten Bantul termasuk ke dalam nomor 2 terbesar yaitu mencapai Rp. 1.451.192 dan di nomor 1 bidang jasa dengan angka mencapai Rp. 1.639.996 (BPS Bantul, 2019).

Total dari 537.638 orang atau sekitar 37,6% masyarakat Kabupaten Bantul yang bekerja di bidang industri, sekitar 68.453 orang atau 13% masyarakat lainnya bekerja sebagai pengrajin kelas mikro dan kecil. Bidang industri yang terdapat di Kabupaten Bantul paling populer adalah kerajinan. Pengrajin yang termasuk dalam kelas mikro dan kecil mayoritas dapat menghasilkan barang yang berkualitas sehingga cukup memadai untuk dilakukan ekspor. Selain itu, pemilihan bekerja di sektor industri dengan alasan dapat membuat lapangan kerja dan dikelola sendiri sehingga pendapatan yang didapatkan akan lebih besar.

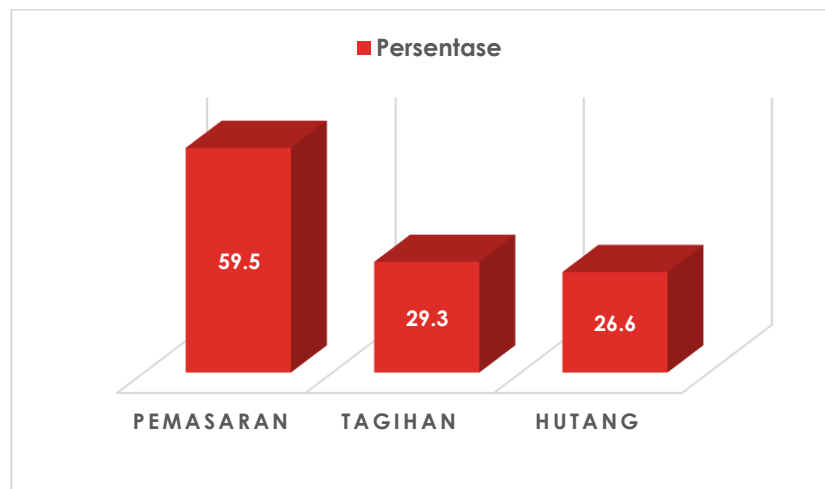


Table 1 Kendala Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kabupaten Bantul

Source: dari Hasil Survei Kegiatan Usaha Pada Masa Pandemi COVID-19 Tahun 2021 (diolah peneliti)

Sesuai dengan tabel diatas, kita ketahui bersama bahwasanya dampak Pandemi COVID-19 sangatlah masif untuk sektor UMKM. Dampak tersebut terjadi akibat kendala yang dialami para pelaku UMKM selama Pandemi COVID-19. Adapun kendala terbesar yang dialami adalah dalam hal pemasaran menyentuh angka 59,05%. Angka tersebut sangat tinggi dan mempengaruhi secara keseluruhan karena seyogyanya orang berjualan adalah dalam hal memasarkan barang dagangannya supaya cepat laku. Kendala lain yang dialami yaitu tagihan dengan menyentuh angka 29,30%. Selama berjalannya pandemi COVID-19 terjadi pengurangan pemasukan yang diperoleh para pelaku UMKM, sehingga untuk membayar tagihan listrik, tempat usaha, dan lain sebagainya yang dapat mendorong UMKM bergerak tidak dapat terpenuhi secara maksimal. Pada akhirnya banyak pelaku UMKM melakukan pinjaman dana untuk menutup hal tersebut supaya UMKM tetap bergerak. Alhasil timbullah hutang yang menumpuk dan menjadi kendala dengan perhitungan sampai menyentuh angka 26,59%.

UMKM yang terdapat di Kabupaten Bantul selain bergerak mandiri juga menjadi satu kesatuan berada dalam lingkup pasar rakyat. Sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 9 Tahun 2021 Tentang Pengelolaan Pasar Rakyat, menyertakan definisi dari pasar rakyat ialah sebuah tempat usaha dibangun dan dikelola langsung oleh pemerintah baik itu pusat/daerah maupun swasta, bumh dan/atau bumd. Pasar rakyat secara fisik bisa berupa toko/kios, los

dan tenda yang dimiliki sekaligus dikelola oleh pedagang, swadaya masyarakat atau koperasi serta UMKM. Adapun aktivitas ekonomi yang terjadi di pasar rakyat adalah dengan melakukan tawar-menawar.

Selain itu, pasar rakyat mempunyai fungsi yaitu sebagai pemberi pelayanan terhadap masyarakat dalam melakukan aktivitas ekonomi. Di sisi lain, pasar rakyat juga mempunyai fungsi yaitu sebagai alat melestarikan budaya setempat yang bertujuan untuk menunjang aktivitas ekonomi sekaligus sebagai ajang promosi pasar rakyat itu sendiri. Bagi beberapa kalangan masyarakat, pasar rakyat merupakan bukan cuma tempat aktivitas ekonomi, melainkan menjadi salah satu tempat untuk berinteraksi sosial dan berkomunikasi satu sama lain.

Hal tersebut sesuai dengan pepatah yang terdapat di Jawa yang mempunyai anggapan "*Tuna satak bathi sanak*" artinya rugi uang tapi mendapat saudara. Secara tidak langsung menyatakan bahwasanya masyarakat bukan hanya ingin mengambil keuntungan, melainkan menjaga hubungan kekeluargaan satu sama lain. Fenomena tersebut bisa terjadi akibat ketika di pasar rakyat masyarakat melakukan aktivitas ekonomi dengan saling tawar menawar yang secara tidak langsung terjadi komunikasi diantaranya. Fenomena tersebut mencerminkan bahwasanya kegiatan yang terjadi di pasar rakyat bersifat ramah sehingga dapat menunjukkan identitas asli masyarakat.

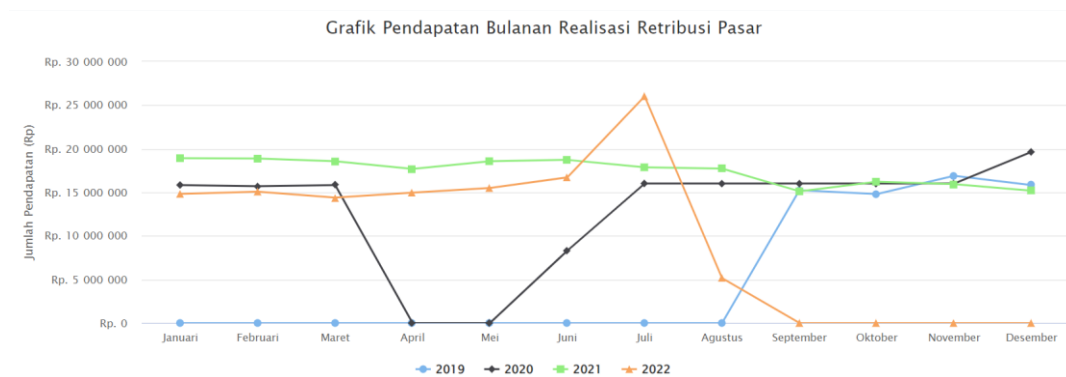
Pasar rakyat menjadi salah satu dari penggerak roda perekonomian yang terdapat di Kabupaten Bantul. Hampir sekitar 14% masyarakat di Kabupaten

Bantul menyandarkan hidup berada di pasar rakyat (Ardhiansyah et al., 2022). Hal lain juga diungkapkan melalui laman media online mengungkapkan bahwasanya aktivitas ekonomi yang terdapat di Pasar Rakyat Bantul dapat menafkahi sekitar 48ribu orang dengan pedagang yang telah tercatat menyentuh angka 11.186 orang dan apabila digabungkan dengan pedagang yang belum tercatat mencapai angka 12ribu orang (KabarJogja).

Dampak yang dirasakan oleh pasar rakyat salah satunya adalah menurunnya tingkat beli masyarakat yang mengakibatkan penerimaan yang didapatkan oleh pedagang di pasar rakyat menurun sehingga mempengaruhi dalam penerimaan reliasasi retribusi pasar yang diterima oleh pemerintah daerah. Selain itu, masifnya persebaran virus yang terjadi akibat kebersihan pasar yang kurang dan kelengkapan fasilitas yang belum memadai (Fitriawan, 2021). Hal tersebut berpengaruh dalam kenyamanan masyarakat yang berkunjung di pasar rakyat dan berpengaruh juga terhadap eksistensi pasar rakyat itu sendiri. Mengutip dari media online, sejumlah pasar rakyat di Bantul butuh renovasi dan perawatan. Sistem drainase dan perawatan pasar menjadi dua aspek yang harus dilakukan untuk mengembangkan pusat perekonomian ini (HarianJogja).

Selain itu, pasar rakyat juga termasuk ke dalam salah satu penyangga perekonomian nasional dan regional. Adapun peran dari pasar rakyat sendiri yaitu untuk berkontribusi dalam penerimaan daerah, membuka lapangan pekerjaan, memberikan fasilitas untuk berjualan, menjadi salah satu acuan harga

bahan pokok, menjadi salah satu alat untuk melestarikan budaya setempat dan berkontribusi dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah. Adapun salah satu indikator dari Pendapatan Asli Daerah yang terdapat di pasar rakyat adalah retribusi pasar. Adapun berikut merupakan grafik pendapatan bulanan realisasi retribusi pasar rakyat yang mempengaruhi penerimaan daerah di Kabupaten Bantul:



Gambar 1 Grafik Pendapatan Bulanan Realisasi Retribusi Pasar Bantul

Source: dari <https://e-retribusi.bantulkab.go.id/> Retribusi Pasar (diolah peneliti)

Laju pendapatan bulanan dari realisasi retribusi Pasar Rakyat Bantul sesuai dari Gambar 1 mengalami penurunan paling drastis di mulai dari bulan Maret tahun 2020 atau pada pandemi COVID-19. Pasar rakyat ialah salah satu tempat yang kerap ramai oleh masyarakat sehingga pada saat itu pasar rakyat menjadi tempat yang rentan persebaran virus karena banyak masyarakat berkumpul. Oleh karena itu, pasar rakyat mengalami dampak perekonomian yang cukup besar akibat pandemi COVID-19.

UMKM yang berada baik di pasar rakyat maupun tidak di wilayah Kabupaten Bantul merupakan salah satu indikator dalam pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi atau *Economic Growth* mempunyai arti yaitu sebuah upaya yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi sehingga dapat memetik hasil pertambahan di suatu daerah. Kinerja pembangunan daerah salah satunya dapat diukur menggunakan pertumbuhan ekonomi. Indikator tersebut berfungsi untuk melihat sejauh mana tingkat pertumbuhan ekonomi di suatu daerah menggunakan Produk Domestik Bruto (PDB) dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

Sedangkan definisi dari Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) ialah suatu total nilai tambah bruto yang muncul akibat pertambahan seluruh bidang perekonomian di suatu daerah. Sejauh ini, kekuatan perekonomian di Kabupaten Bantul mengalami pertumbuhan yang bagus terhitung sejak tahun 2018 sampai menemui kulminasinya menyentuh angka 5,53% di tahun 2019. Akan tetapi, hal yang berbanding terbalik terjadi di tahun selanjutnya yaitu perekonomian di Kabupaten Bantul mengalami fluktuasi hanya mengalami pertumbuhan sebesar -1,66% di tahun 2020 akibat pandemi COVID-19. Perlahan mulai naik kembali di tahun 2021 dengan angka pertumbuhan mencapai 4,97% (Tabel 1.2).

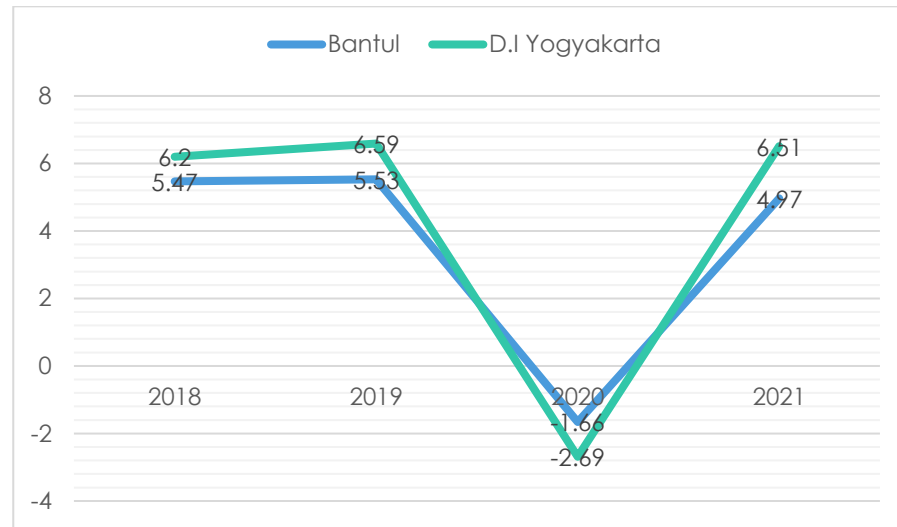


Table 2 Laju Pertumbuhan PDRB Menurut Lapangan Usaha di Kabupaten Bantul dan Provinsi DIY

Source: dari BPS, Kabupaten Bantul dalam Angka 2021 (diolah peneliti)

Melihat fenomena tersebut, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan (DKUKMPP) Kabupaten Bantul merespon dengan menyusun Renstra Kabupaten Bantul Tahun 2021-2026 dengan perhatian mempertimbangkan salah satu kondisi pandemi COVID-19 yang berdampak terhadap aktivitas ekonomi sekaligus mempengaruhi pendapatan para pelaku usaha UMKM termasuk yang berada di Pasar Rakyat Bantul. Di satu sisi, hal tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi pandemi yang mulai bertransformasi menuju era pasca pandemi COVID-19. Sehingga perlu dipersiapkan dengan matang bagaimana cara meningkatkan perekonomian pasar rakyat di Kabupaten Bantul.

Berdasarkan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dari itu peneliti mengangkat judul penelitian “Implementasi Kebijakan Pasar Rakyat Bantul sebagai Pemberdayaan UMKM Pasca Pandemi COVID-19”. Atas dasar situasi dan kondisi yang mulai bertransformasi menuju pasca pandemi COVID-19, maka penerapan pasar rakyat sebagai pemberdayaan UMKM harus lebih dalam dikaji. Maka dari itu, peneliti mempunyai keinginan untuk mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana implementasi dari kebijakan Pasar Rakyat Bantul sebagai pemberdayaan UMKM di era pasca pandemi COVID-19.

B. Rumusan Masalah

Kasus Pandemi COVID-19 yang sudah mulai bertransformasi menuju era pasca Pandemi menimbulkan penyesuaian di berbagai lini, salah satunya dalam hal penerapan pasar rakyat dalam memberdayakan UMKM. Berdasarkan uraian masalah yang telah diuraikan, maka dari itu penelitian ini akan mengangkat rumusan masalah yaitu: **“Bagaimana implementasi kebijakan pasar rakyat Bantul sebagai pemberdayaan UMKM pasca Pandemi COVID-19?”**

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi dari kebijakan pasar rakyat Bantul sebagai upaya pemberdayaan UMKM pasca Pandemi COVID-19. Dengan mengetahui bagaimana implementasi tersebut maka peneliti mampu untuk memperdalam

kajian sehingga dapat memberikan manfaat yang konkrit dalam bentuk penelitian ataupun bahan evaluasi dari pemerintah supaya lebih baik lagi kedepannya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian dapat menjadi pengaruh dalam meningkatkan perkembangan ilmu pemerintahan terkhusus untuk bidang implementasi kebijakan. Selain itu juga, peneliti ini diharapkan mampu untuk menjadi referensi penelitian yang selaras dengan penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Pertama, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi khususnya kepada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan (DKUKMPP) Kabupaten Bantul dalam rangka penerapan kebijakan publik yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan memaksimalkan tujuan supaya tepat sasaran. Selain itu, penerapan kebijakan publik ini juga bisa menjadi contoh bagi pemerintah daerah lain dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan publik dan memaksimalkan tujuan supaya tepat sasaran.

Kedua, penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah pengetahuan baru bagi masyarakat terkait pasar rakyat yang diciptakan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan (DKUKMPP) Kabupaten Bantul sebagai upaya pemberdayaan UMKM.

E. Tinjauan Pustaka

Sebuah karya ilmiah diperlukan tinjauan penelitian sebelumnya agar menggambarkan dan menjadi pertimbangan dalam menentukan topik yang selaras. Pemaparan penelitian sebelumnya dimaksudkan supaya penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian yang original dan terhindar dari unsur plagiat. Adapun berikut beberapa tinjauan penelitian terdahulu, yaitu:

No	Nama Penulis	Judul	Hasil Temuan
1.	(Kharisman & Atmojo, 2021)	Responsivitas Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Kabupaten Bantul dalam Menangani UMKM yang Terdampak Pandemi Covid-19	Hasil yang diperoleh ialah respon peran dari pemerintah daerah setempat (pembuatan kebijakan) sebagai upaya mengentaskan dampak UMKM yang terjadi akibat pandemi COVID-19.
2.	(Anggraeni et al., 2021)	Kebijakan Pemerintah dalam Pemberdayaan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia	Hasil yang diperoleh ialah dalam upaya melindungi dan memperdayakan UMKM pemerintah merespon dengan mengeluarkan kebijakan di situasi pandemi COVID-19. Sedangkan dalam mendukung kebijakan tersebut dengan menyusun strategi jangka pendek dan dan jangka panjang.
3.	(Gunantara et al., 2022)	Implementasi Pengembangan UMKM Kelurahan Pradah Kalikendal Berbasis Industri Kreatif Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi	Hasil yang diperoleh ialah dalam pengembangan yang dilakukan dengan cara pendekatan, pendampingan, bimbingan produksi dan pemasaran. Dengan adanya strategi tersebut bertujuan supaya pikiran masyarakat semakin terbuka terhadap perekonomian dalam merespon pasca pandemi COVID-19.
4.	(Sutrisno, 2021)	Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Melalui Sektor UMKM dan Pariwisata	Hasil yang diperoleh ialah strategi yang dilakukan di beberapa negara merespon pemulihan pasca pandemi dengan memberikan bantuan kepada tenaga kerja berupa insentif, meningkatkan inovasi, dan memberikan bantuan pinjaman. Di Indonesia strategi yang digunakan ialah melakukan

			pendampingan kepada pelaku UMKM, memberikan bantuan perpajakan, memberikan bantuan modal kerja, dan lain sebagainya.
5.	(Purnaningrum et al., 2021)	Pemberdayaan UMKM Disabilitas Trenggalek untuk Peningkatan Pendapatan Pasca Pandemi melalui Upgrading Sosial Media	Hasil yang diperoleh ialah telah terjadi kerjasama yang cukup baik yaitu dalam penanganan disabilitas dan peningkatan pemasukan UMKM untuk berlangsungnya usaha terkait pengelolaan dan pemanfaatan big data serta financial teknologi.
6.	(Suharson, 2020)	Strategi UMKM Bantul Merespon Pandemi (Studi Kasus Bidang Kriya/Kerajinan)	Hasil yang diperoleh ialah menemukan secara utuh terkait dampak yang dirasakan UMKM akibat pandemi COVID-19 di bidang kerajinan/kriya. Sebagai contoh yang terdapat di Kabupaten Bantul sebagai pusat pembuatan kerajinan kriya terbesar di DIY. Adanya kreativitas yang dilaksanakan oleh pelaku UMKM membuat keberlangsungan hidup masih bisa berjalan.
7.	(Umami et al., 2022)	Pemberdayaan Manajemen UMKM Pasca Pandemi Covid-19 Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha	Hasil yang diperoleh ialah strategi dalam pemulihan ekonomi akibat pandemi COVID-19 menjadi tanggung jawab pemerintah dan masyarakat. Masyarakat diminta untuk bergotong-royong meningkatkan ketahanan ekonomi dengan cara meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kelompok masyarakat di Desa Klampok Blitar. Adapun cara yang dilakukan adalah dengan berbincang bersama terkait penyusunan rencana bisnis kedepan supaya menjadi acuan kedepannya.
8.	(Nurjanah & Sakir, 2021)	Pemberdayaan UMKM Peyek Santoso Imogiri Bantul Melalui Digital Marketing	Hasil yang diperoleh ialah membantu UMKM Peyek Santoso dalam menangani permasalahan. Adapun solusi yang ditawarkan adalah meningkatkan sistem produksi sampai penjualan, memberikan pelatihan berjualan online melalui sosial media. Solusi tersebut berhasil meningkatkan ilmu dan kemampuan online marketing sampai 82% dan meningkatkan produk yang akan dijual seperti kemasan yang semakin menarik bagi konsumen.

9.	(Puspaningtyas & Suprayitno, 2021)	Pemberdayaan UMKM untuk Meningkatkan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19 Di Tuban	Hasil yang diperoleh peneliti ialah para pelaku UMKM dianjurkan untuk lebih peka terhadap inovasi yang cepat bergerak yaitu untuk pemberdayaan pelaku UMKM itu sendiri. Adapun alasannya yaitu: 1. Pelaku UMKM masih belum cukup mampu untuk menguasai promosi dagangan di platform online. 2. Adanya perubahan rutinitas masyarakat yang mengharuskan pelaku UMKM untuk menyesuaikan sehingga produk tepat sasaran. 3. Adanya fenomena bersaing satu sama lain yang semakin panas secara tidak langsung mengakibatkan para pelaku UMKM untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki.
10.	(Qurrata et al., 2022)	Strategi Ketahanan Pasar Rakyat di Masa Pandemi Covid-19	Hasil yang diperoleh ialah strategi yang terbilang efektif dengan melakukan revitalisasi pasar, melakukan peningkatan layanan pasar, menyusun aplikasi e-pasar, mempromosikan reputasi pasar, dan lain sebagainya.
11.	(Sunaryo et al., 2022)	Perencanaan Masterplan Pasar Niten di Kabupaten Bantul	Hasil yang diperoleh ialah peneliti menemukan rintangan yang dirasakan ketika menyusun masterplan yaitu adanya pandemi. Diperlukan juga sebuah pembacaan ulang mengenai kapasitas, komoditas dan jumlah pedagang. Selain itu, masterplan ini juga menjadi acuan untuk pasar rakyat lainnya namun masih diperlukan sebuah pengembangan lebih lanjut terkait masterplan ini.
12.	(Widiyanti & Susanti, 2021)	Optimalisasi Pengelolaan Pasar Seni Gabusan (Psg) Di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta	Hasil yang diperoleh ialah masih diperlukan sebuah inovasi sebagai upaya pengoptimalan mengelola PSG. Adapun yang dilakukan adalah memperbaiki internal manajemen SDM, bekerja sama dengan biro-biro pemerintah, memberikan terobosan baru untuk meningkatkan daya saing PSG, PSG bukan hanya menjadi tempat penjualan melainkan juga menjadi dapur produksi.

13.	(Ardhiansyah et al., 2022)	Redesain Pasar Mangiran di Bantul D.I. Yogyakarta yang Mewadahi Kegiatan Ekonomi, Sosial, dan Budaya yang Berkelanjutan	Hasil yang diperoleh ialah terdapat beberapa sarana yang belum tersedia di Pasar Mangiran sehingga berpengaruh dalam kenyamanan masyarakat pengunjung pasar. Redesain yang dilaksanakan menjadi pertimbangan untuk menjawab persoalan tersebut.
14.	(Yanti & Pudianti, 2021)	Kajian Spirit Of Place Pada Pasar Legi Kotagede Yogyakarta Sebagai Karakter Pasar Tradisional	Hasil yang diperoleh ialah kajian tersebut menjadi sebuah karakteristik bagi budaya lokal yang ada di Pasar Legi Kotagede. Selain itu, kondisi pandemi COVID-19 ternyata tidak mempengaruhi budaya “ <i>srawung</i> ” seperti berinteraksi sosial, tawar-menawar dan lain sebagainya.
15.	(Fitriawan, 2021)	Pasar Rakyat Untuk Peningkatan Ekonomi Lokal	Hasil yang diperoleh ialah pasar rakyat mampu menjadi sarana jual beli sehingga meningkatkan perekonomian warga. Selain itu, juga ditemukan peluang yang dikategorikan. Adapun aktivitas pemberdayaan berupa membuat taman di pasar rakyat dan mendorong warga untuk mengenal platform digital untuk berjualan.

Table 3 Penelitian Terdahulu

Source: diolah peneliti

Berdasarkan pemaparan beberapa tinjauan pustaka sebelumnya, penelitian yang selaras dengan penelitian kali ini yaitu terdapat dalam penelitian (Kharisman & Atmojo, 2021) yang berfokus terhadap peran dari pemerintah daerah setempat (pembuatan kebijakan) sebagai upaya mengentaskan dampak UMKM yang terjadi akibat pandemi COVID-19. Selanjutnya yaitu dalam penelitian (Ardhiansyah et al., 2022) yang berfokus terhadap pasar rakyat yang mampu mempengaruhi pertumbuhan ekonomi sekaligus keberadaan dari pasar

rakyat tersebut dapat menjadi alat penunjang aktivitas ekonomi, sosial dan budaya.

Menimbang fenomena yang relevan tersebut, penelitian ini akan menggunakan penggabungan dari kedua variabel tersebut. Adapun perbedaan lain yaitu pada fokus dan teori analisis yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada pemerintah dalam pemberdayaan UMKM dan keberadaan pasar rakyat selama pandemi COVID-19, sedangkan penelitian ini berfokus pada implementasi kebijakan Pasar Rakyat Bantul sebagai pemberdayaan UMKM pasca pandemi COVID-19. Adapun teori yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori implementasi kebijakan oleh Merilee S. Grindle. Oleh karena itu, penelitian ini bukan datang dari pemikiran orang lain, melainkan penelitian baru, permasalahan dan pertimbangan situasi kondisi yang ada serta datang dari pemikiran peneliti sendiri.

F. Kerangka Dasar Teori

1. Kebijakan Publik

a. Definisi Kebijakan Publik

Definisi dari kebijakan publik itu sendiri dikemukakan oleh beberapa ahli seperti yang terdapat di (Winarno, 2008) menurut Pressman dan Widavsky menyebutkan bahwasanya kebijakan publik ialah sebuah spekulasi yang muncul akibat situasi awal dan akibat yang dapat diprediksikan. Definisi lain diungkapkan juga ditemukan dalam

(Tangkilisan, 2005) menyebutkan bahwasanya Woll berpendapat kebijakan publik ialah sebuah kegiatan untuk menyelesaikan permasalahan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah untuk masyarakat.

Adapun komponen yang terdapat dalam pengertian kebijakan publik ialah (a) kebijakan dibuat berdasarkan apa yang terjadi di publik, (b) kebijakan disusun oleh pemerintah, (c) kebijakan dilaksanakan oleh pemerintah dan swasta, (d) kebijakan ialah keinginan yang dilakukan dan tidak dilakukan oleh pemerintah.

Berdasarkan atas apa yang telah dipaparkan di atas, jika ditarik benang merah definisi dari kebijakan publik merupakan suatu aktivitas yang berkelanjutan untuk menjawab atas permasalahan publik di tengah masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah bertujuan untuk masyarakat itu sendiri.

b. Implementasi Kebijakan

Definisi dari implementasi kebijakan secara pedoman merupakan sebuah metode supaya kebijakan tersebut mampu menjangkau cita-citanya. Sedangkan dalam pelaksanaannya terdapat dua opsi tahapan, ialah secara serentak di lapangan berbentuk program atau turunan dari kebijakan tersebut. Runtutan pelaksanaan kebijakan yang dilaksanakan oleh pemerintah, swasta dan masyarakat tersebut

bisa dipantau melalui program, proyek dan kegiatannya. Konsep tersebut diambil dari model manajemen kebijakan yang mengatakan bahwasanya kebijakan turun menjadi program, program turun menjadi proyek, dan proyek turun menjadi kegiatan.

Sedangkan beberapa ahli juga turut menyampaikan pendapatnya mengenai definisi dari implementasi kebijakan. Di dalam buku (Winarno, 2008) Van Meter dan Van Horn menyebutkan bahwasanya pengertian dari implementasi kebijakan ialah sebuah aksi yang diambil dari keputusan sebelumnya. Aksi tersebut meliputi suatu usaha dengan keinginan supaya dapat mengubah keputusan menjadi aksi nyata untuk rencana yang besar dalam rangkaian waktu yang telah ditetapkan.

Selain itu, definisi dari implementasi kebijakan juga diungkapkan oleh Daniel A. Mazmanian dan Paul Sabatier yang diungkapkan dalam buku (Wahab, 2008), mengatakan bahwasanya:

“Implementasi adalah memahami apa yang senyatanya terjadi sesudah suatu program dinyatakan berlaku atau dirumuskan merupakan fokus perhatian implementasi kebijaksanaan yakni kejadian-kejadian dan kegiatan-kegiatan yang timbul sesudah disahkannya pedoman-pedoman kebijaksanaan Negara yang mencakup baik usaha-usaha untuk mengadministrasikannya maupun untuk menimbulkan akibat/dampak nyata pada masyarakat atau kejadian-kejadian.”

Dari penjelasan-penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa implementasi kebijakan ialah sebuah keputusan yang tidak dapat

dimulai sebelum tujuan dan sasaran telah diidentifikasi dan disepakati. Oleh karena itu, implementasi ialah rangkaian proses yang dilakukan beberapa aktor untuk mendapatkan tujuan dan sasaran yang diinginkan dari penyusunan kebijakan.

Terdapat teori dari beberapa ahli mengenai model implementasi kebijakan, diantaranya yaitu:

1) Model George C. Edward III

George C. Edward III dalam buku (Mutiarin & Zaenudin, 2014) mengatakan bahwa implementasi kebijakan terpengaruhi oleh empat variabel, yaitu:

a) Komunikasi

Sebuah implementasi dikatakan efektif apabila pelaksana memahami apa yang harus dilakukan. Arahan dalam mengimplementasikan juga perlu diinformasikan dengan jelas dan valid kepada beberapa pelaksana.

b) Sumber Daya

Sebuah implementasi dikatakan efektif apabila mempunyai sumber daya yang memadai. Implementasi mengharuskan mempunyai sumber daya untuk sebagai pelaksana dan jika tidak maka hanya berupa dokumen.

c) Disposisi (Sikap Kecenderungan)

Sebuah implementasi dikatakan efektif tergantung dari sikap pelaksana. Jadi jika pelaksana mempunyai sikap yang baik dalam melaksanakan kebijakan, maka kebijakan tersebut dapat terlaksana dengan baik juga begitupun sebaliknya.

d) Struktur Birokasi

Sebuah implementasi dikatakan efektif apabila mempunyai struktur pelaksana yang jelas. Diperlukan juga sebuah acuan standar dalam struktur tersebut.

2) Model Van Meter dan Van Horn

Tokoh kedua yang ikut mengungkapkan terkait implementasi kebijakan adalah Meter dan Horn dalam buku (Mutiarin & Zaenudin, 2014) yaitu sebuah implementasi kebijakan dikatakan berhasil apabila dipengaruhi oleh variabel berikut ini:

a) Standar dan Sasaran Kebijakan

Sebuah kebijakan dapat terealisasi apabila mempunyai standar dan sasaran yang ditetapkan dengan jelas dan terukur. Sehingga dapat meminimalisir adanya konflik ketika dilaksanakan.

b) Sumber Daya

Sebuah kebijakan dibutuhkan sokongan dari sumber daya yang memadai baik itu manusia dan non manusia.

c) Komunikasi Antar Organisasi dan Penguatan Aktivitas

Sebuah kebijakan dibutuhkan sokongan dari lembaga lain yang saling terhubung melalui koordinasi. Oleh karena itu, wajib hukumnya sebuah kerja sama satu sama lain untuk menyokong keberhasilan kebijakan tersebut.

d) Karakteristik Pelaksana

Sebuah kebijakan terpengaruh oleh karakter dari struktur, norma dan model hubungan pelaksana selama proses pelaksanaan kebijakan.

e) Kondisi Sosial, Ekonomi dan Politik

Sebuah kebijakan dikatakan berhasil apabila mempunyai ekosistem dari segi sosial, ekonomi dan politik. Ekosistem tersebut saling terhubung satu sama lain dalam pelaksanaan kebijakan.

f) Disposisi Implementor

Sebuah kebijakan dikatakan efektif apabila pelaksana dalam melaksanakan kebijakan mempunyai respon dan sikap.

3) Model Merilee S. Grindle

Tokoh selanjutnya yaitu Merilee S. Grindle dalam buku (Subarsono, 2012) menyebutkan bahwasanya sebuah kebijakan terpengaruh oleh derajat pelaksanaan yang terbagi ke dalam dua

variabel besar, yaitu isi kebijakan (*content of policy*) dan lingkungan implementasi (*content of implementation*). Adapun berikut dua variabel besar tersebut, yaitu:

a) *Content of Policy* (isi kebijakan), meliputi:

i. *Interest Affected* (kepentingan yang terpengaruhi oleh kebijakan)

Sebuah implementasi dipengaruhi oleh kepentingan yang berkaitan. Adapun cara mengukur keberhasilan dalam indikator ini mengatakan bahwa sebuah kebijakan dalam pelaksanaannya pasti mempunyai banyak kepentingan.

ii. *Type of Benefits* (tipe manfaat)

Sebuah implementasi dikatakan efektif apabila menegaskan manfaat dan tujuan jelas yang akan didapatkan.

iii. *Extent of Change Envision* (derajat perubahan yang ingin dicapai)

Sebuah implementasi dapat dikatakan efektif apabila mempunyai target yang hendak dicapai. Dalam hal ini target tersebut dapat membawa perubahan dengan suatu pengukuran yang jelas.

iv. *Site of Decision Making* (letak pengambilan keputusan)

Sebuah implementasi dikatakan efektif apabila mempunyai ukuran dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu, diperlukan penjelasan yang detail mengenai letak pengambilan keputusan dari kebijakan yang akan dilaksanakan.

v. *Program Implementor* (pelaksana program)

Sebuah implementasi dikatakan efektif apabila berhasil melaksanakan kebijakan disokong oleh pelaksana kebijakan yang memadai dengan tujuan untuk mencapai keberhasilan kebijakan tersebut.

vi. *Resources Committed* (sumber-sumber daya yang digunakan)

Sebuah kebijakan dikatakan efektif apabila disokong oleh sumber daya yang memadai baik itu manusia maupun non manusia supaya dapat membantu dalam pelaksanaan kebijakan.

b) *Content of Implementation* (lingkungan implementasi), meliputi:

- i. *Power, Interest and Strategi of Actor Involved* (kekuasaan, kepentingan-kepentingan dan strategi dari aktor yang terlibat).

Sebuah kebijakan dikatakan efektif dalam pelaksanaannya apabila mempunyai pertimbangan dari kekuasaan, kepentingan dan strategi yang akan diterapkan oleh pelaksana. Tujuannya yaitu untuk keberhasilan dari kebijakan itu sendiri. Jadi diperlukan pertimbangan yang sangat komprehensif dalam melaksanakan kebijakan.

- ii. *Imitation and Regime Characteristic* (karakteristik atau rejim yang berkuasa).

Sebuah implementasi kebijakan dikatakan efektif apabila terdapat pengaruh dari karakter pelaksana. Hal tersebut dapat dimunculkan berdasarkan struktur dan sikap yang dilontarkan pelaksana selama implementasi kebijakan berlangsung.

- iii. *Compliance and Responsiveness* (tingkat kepatuhan dan adanya respon dari pelaksana).

Poin terakhir sebuah implementasi dikatakan efektif apabila selama proses implementasi kebijakan

terdapat respon dan tingkat kepatuhan dari pelaksana. Jadi untuk mengukur keberhasilan melalui sejauh mana respon dan kepatuhan yang dipertontonkan pelaksana ketika menanggapi fenomena.

Keunikan dari model Grindle terletak pada pemahamannya yang komprehensif akan konteks kebijakan, khususnya yang menyangkut dengan implementor, penerima implementasi, dan arena konflik yang mungkin terjadi di antara para aktor implementasi, serta kondisi-kondisi sumber daya implementasi yang diperlukan.

2. Pasar Rakyat

Pasar menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai tempat orang berjual beli. Secara umum masyarakat membagi pasar menjadi pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional biasanya dicirikan dengan kondisi pasar yang becek, kotor, bau dan semrawut, namun ada interaksi antara penjual dan pembeli yang sangat akrab dan bernuansa kekeluargaan dalam proses tawar-menawar. Sedangkan Pasar modern digambarkan dengan tempat jual beli yang bersih, tertib dan rapi, namun tidak ada tawar menawar dan interaksi sosial yang cukup hangat.

Menurut ketentuan Pasal 12 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan pasar rakyat ialah sebuah tempat usaha

dibangun dan dikelola langsung oleh pemerintah baik itu pusat/daerah maupun swasta, bumh dan/atau bumh. Pasar rakyat secara fisik bisa berupa toko/kios, los dan tenda yang dimiliki sekaligus dikelola oleh pedagang, swadaya masyarakat atau koperasi serta UMKM. Adapun aktivitas ekonomi yang terjadi di pasar rakyat adalah dengan melakukan tawar-menawar.

Sedangkan menurut Ketentuan Pasal 1 angka 4 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37/M-DAG/PER/5/2017 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan, Pasar Rakyat adalah sebuah area pertemuan antara pembeli dan penjual dengan melakukan aktivitas ekonomi melalui tawar-menawar. Pasar rakyat merupakan wadah kegiatan masyarakat yang penting dalam melakukan transaksi perdagangan. Sampai saat ini pasar rakyat masih dianggap sebagai pondasi dasar perekonomian di setiap wilayah.

3. Usaha Mikro

a. Definisi Usaha Mikro

Usaha mikro ialah sebuah kumpulan usaha yang mempunyai total paling banyak. Satu fakta yang menarik ialah adanya usaha mikro dapat bertahan dan meningkatkan krisis yang terjadi pada tahun 1998. Secara perundangan, usaha mikro diatur di Undang-Undang No 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Tertera bahwasanya pengertian usaha mikro adalah sebagai berikut:

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Selain itu, sesuai dengan Peraturan Pemerintah No 7 Tahun 2021 mengenai Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyebutkan bahwasanya kriteria dari UMKM adalah sebagai berikut, yakni:

Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; serta memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan Paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Menimbang pengertian yang telah disebutkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa definisi dari usaha mikro ialah sebuah bentuk usaha yang dikelola oleh perorangan atau bisa badan usaha yang mempunyai kriteria sehingga mampu mempengaruhi perekonomian di suatu daerah maupun negara.

b. Pemberdayaan Usaha Mikro

Definisi dari pemberdayaan yaitu diambil dari kata “daya” dan ditambah awalan “ber” menjadi “berdaya” yang artinya memiliki daya. Daya bisa didefinisikan sebagai kekuatan. Sedangkan pemberdayaan bisa didefinisikan sebagai menghasilkan sesuatu menjadi mempunyai kekuatan.

Secara perundangan, sesuai dalam Undang-Undang No 11 Tahun 2020 mengenai Cipta Kerja tertera bahwa pemerintah baik pusat maupun daerah memberikan kemudahan, pemberdayaan serta perlindungan bagi UMKM sesuai dengan kewenangan yang berlaku. Adapun bentuk pemberdayaan yang dilakukan yaitu dapat melalui sebagai berikut:

- 1) Program kemitraan
- 2) Pelatihan sumber daya manusia
- 3) Peningkatan daya saing
- 4) Pemberian dorongan inovasi dan perluasan pasar
- 5) Akses pembiayaan
- 6) Penyebaran informasi yang seluas-luasnya

Berdasarkan pengertian tersebut bisa diketahui bahwasanya diperlukan sebuah pemberdayaan UMKM untuk lebih meningkatkan kembali perputaran perekonomian. Oleh karena itu, benang merah dari arti pemberdayaan dapat menjadikan individu lebih mempunyai kemampuan dan informasi sehingga mempengaruhi kehidupan sehari-hari dalam melakukan aktivitas ekonomi.

G. Definisi Konseptual

1. Kebijakan Publik

Secara garis besar kebijakan publik ialah keseluruhan proses yang dilakukan pemerintah bisa berupa program, kegiatan dan lain sebagainya untuk mengentaskan permasalahan publik dan bertujuan untuk masyarakat.

2. Implementasi Kebijakan

Secara garis besar implementasi kebijakan ialah sebuah proses yang diterapkan untuk memperoleh hasil dan tujuan yang diinginkan dari suatu kebijakan tersebut.

3. Pasar Rakyat

Secara garis besar pasar rakyat ialah tempat usaha yang dibangun sekaligus dikelola oleh pemerintah baik itu pusat/daerah maupun swasta, BUMN dan/atau BUMD secara fisik bisa berupa toko/kios, los dan tenda yang dimiliki dan dikelola oleh pedagang, swadaya masyarakat atau koperasi serta UMKM.

4. Usaha Mikro

Secara garis besar usaha mikro ialah sebuah bentuk yang diaplikasikan bisa perindividu atau badan usaha yang mempunyai kategori dan berpengaruh dalam perekonomian.

5. Pemberdayaan Usaha Mikro

Secara garis besar pemberdayaan usaha mikro ialah suatu cara untuk meningkatkan masyarakat pedagang dalam aktivitas ekonomi yang dilakukan baik dari pemerintah maupun swasta.

H. Definisi Operasional

Dalam mengimplementasikan sebuah kebijakan publik diperlukan indikator yang dapat menjadi pedoman menilai sebuah kebijakan publik tersebut. Seperti yang tertera dalam (Subarsono, 2012) bahwasanya Merilee S. Grindle telah menyebutkan beberapa indikator kriteria implementasi dalam dua variabel besar. Pemilihan teori tersebut karena keunikan dari model Grindle terletak pada pemahamannya yang membahas secara detail terkait pelaksana, penerima implementasi dan arena konflik yang mungkin terjadi serta sumber daya implementasi. Di satu sisi, penelitian ini memenuhi pemahaman tersebut dan membutuhkan pengukuran yang komprehensif akan konteks kebijakan dan lingkungan implementasi. Alhasil, dengan menggunakan teori tersebut harapannya dapat mengukur keberhasilan dari implementasi kebijakan dalam penelitian ini. Adapun berikut merupakan definisi operasional yang akan digunakan peneliti, yaitu:

VARIABEL	INDIKATOR	PARAMETER
	<i>1. Content of Policy</i>	
	<i>a. Interest Affected</i>	Adanya pengaruh relevansi dalam pengimplementasian Pasar Rakyat Bantul untuk pemberdayaan UMKM
	<i>b. Type of Benefits</i>	Pasar Rakyat Bantul dapat memberikan dampak positif terhadap UMKM

Implementasi Kebijakan Pasar Rakyat Bantul sebagai Pemberdayaan UMKM	<i>c. Extent of Change Envision</i>	Adanya skala yang jelas mengenai perubahan yang diharapkan dari Pasar Rakyat Bantul untuk pemberdayaan UMKM
	<i>d. Site of Decision Making</i>	Adanya pengaruh objektif dalam mengambil keputusan
	<i>e. Program Implementor</i>	Implementor kompeten dan kapabel dalam menjalankan Pasar Rakyat Bantul
	<i>f. Resources Committed</i>	Pasar Rakyat Bantul didukung sumber daya yang memadai
	2. Content of Implementation	
	<i>a. Power, Interest and Strategi of Actor Involved</i>	Terdapat upaya yang digunakan untuk memperlancar jalannya implementasi Pasar Rakyat Bantul terhadap pemberdayaan UMKM
<i>b. Imitation and Regime Characteristic</i>	Terdapat organisasi yang efektif dan penguasa yang kompeten	
<i>c. Compliance and Responsiveness</i>	Terdapat ketaatan dan jawaban yang baik dari pelaksana kebijakan Pasar Rakyat Bantul	

Table 4 Definisi Operasional

Source: diolah peneliti

I. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan diterapkan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Denzin & Lincoln (2011: 3-4) dalam (Al-Hamdi et al., 2020) menyebutkan bahwasanya sebuah cara yang dilakukan peneliti untuk menemukan pemahaman atas fenomena yang terjadi. Penggunaan metode penelitian kualitatif diyakini mampu untuk menemukan data secara luas dan detail terhadap fenomena yang akan diteliti. Adapun pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yang menurut (Creswell, 2014) yaitu sebuah pendekatan yang dilakukan untuk memahami sebuah fenomena dengan teliti melalui studi kasus yang diambil.

1. Jenis Penelitian

Sedangkan dalam jenis penelitian yang digunakan ialah menggunakan acuan deskriptif dengan kata lain penelitian ini akan menghasilkan data yang berbentuk deskriptif bisa berupa kalimat yang tertulis satu kesatuan atau pun secara lisan dari narasumber yang diperoleh ketika melakukan pengambilan data. Selain itu, acuan deskriptif juga menghasilkan data yang detail dan jelas sehingga tidak terjadi pengurangan atau penambahan data secara keseluruhan nyata tanpa dimanipulasi.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kabupaten Bantul, tepatnya melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan

(DKUKMPP) yang bertujuan untuk mengumpulkan data terkait kebijakan pasar rakyat bantul. Lokasi ini dipilih penulis karena masyarakat Kabupaten Bantul mayoritas memenuhi perekonomiannya melalui bekerja pada sektor industri manufaktur (UMKM) baik pribadi maupun berada di pasar rakyat mengalami imbas penurunan aktivitas perekonomian. Di satu sisi, Kebijakan Pasar Rakyat Bantul dihadirkan untuk mengentaskan permasalahan tersebut dan sekaligus sebagai sarana pelestarian budaya setempat. Oleh karena itu, pemilihan lokasi tersebut peneliti berharap dapat mengetahui dan memahami bagaimana implementasi kebijakan Pasar Rakyat Bantul sebagai pemberdayaan UMKM pasca Pandemi COVID-19.

3. Unit Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2014) mengatakan bahwasanya pengertian dari unit analisis data adalah subjek penelitian bisa berupa perseorangan, kerumunan, benda maupun fenomena sosial. Sedangkan dalam penentuan sampel penelitian ini memutuskan akan memakai teknik *purposive sampling* yang mempunyai arti suatu sampel yang diseleksi menurut kategori selaras dengan masalah yang akan diteliti. Maka dari itu, peneliti cukup menentukan beberapa narasumber yang paham tentang implementasi kebijakan Pasar Rakyat Bantul sebagai pemberdayaan UMKM.

Adapun untuk menentukan narasumber dari pengelola Pasar Rakyat Bantul ditentukan sesuai dengan Keputusan Bupati Bantul Nomor 60 Tahun

2018 tentang Tipe Kelas Pasar yang menyebutkan bahwasanya Pemerintah Kabupaten Bantul memiliki dan mengelola 32 (tiga puluh dua) pasar rakyat yang terbagi dalam 4 tipe sebagai berikut:

No	Tipe Kelas Pasar	Indikator
1.	Tipe Kelas A	<ul style="list-style-type: none"> a. lahan seluas minimal 3000 m² b. mempunyai total pedagang minimal 150 pedagang c. Pasar Rakyat beroperasi setiap hari d. terdapat CCTV yang dapat dipantau oleh Kementerian Perdagangan
2.	Tipe Kelas B	<ul style="list-style-type: none"> a. lahan seluas minimal 1500 m² b. mempunyai total pedagang minimal 75 pedagang c. Pasar Rakyat beroperasi minimal 3 hari dalam seminggu d. terdapat CCTV yang dapat dipantau oleh Kementerian Perdagangan
3.	Tipe Kelas C	<ul style="list-style-type: none"> a. lahan seluas minimal 1000 m² b. mempunyai total pedagang minimal 30 pedagang c. Pasar Rakyat beroperasi minimal 1 atau 2 hari dalam seminggu

4.	Tipe Kelas D	<ul style="list-style-type: none"> a. lahan seluas minimal 500 m² b. mempunyai total pedagang minimal 30 pedagang c. Pasar Rakyat beroperasional minimal 1 atau 2 hari dalam seminggu
----	--------------	---

Table 5 Tipe Kelas Pasar

Source: diolah peneliti

Sedangkan untuk menentukan narasumber pelaku UMKM ditentukan kriteria sesuai dengan bidang usaha terbanyak yang terdapat di Pasar Rakyat Bantul. Adapun bidang terbanyak tersebut ialah: usaha kuliner, usaha kelontong dan usaha fashion.

Sesuai dengan kategori yang peneliti paparkan sebelumnya, maka peneliti mengambil 4 sampel 1 pengelola Pasar Rakyat Bantul yang terdiri dari 1 sampel dari tipe pasar A, 1 sampel dari tipe pasar B, 1 sampel dari tipe pasar C dan 1 sampel dari tipe pasar D. Sedangkan dalam sampel pelaku UMKM, peneliti akan mengambil 3 sampel berdasarkan bidang usaha yang terdiri dari bidang usaha kuliner, bidang usaha kelontong dan bidang usaha fashion. Adapun unit analisis data penelitian ini adalah:

NARASUMBER	JUMLAH
Kepala Bidang Sarana Perdagangan	1
Kepala Seksi Sarana dan Prasarana Distribusi Perdagangan	1
Kepala Seksi Pengelolaan Sarana Distribusi Perdagangan	1

Kepala Seksi Pengendalian Barang Pokok dan Penting	1
Pengelola Pasar Rakyat Bantul Sesuai Tipe Kelas Pasar	4
Pelaku UMKM Sesuai Bidang Terbanyak	3

Table 6 Unit Analisis Data

Source: diolah peneliti

4. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer yang digunakan penelitian ini yaitu melakukan wawancara langsung dengan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan (DKUKMPP), sampel pengelola Pasar Rakyat di Bantul dan sampel pelaku UMKM. Adapun maksud dan tujuan dari penggunaan data primer tersebut yaitu supaya mendapatkan data akurat sehingga dapat mendalami bagaimana implementasi kebijakan Pasar Rakyat Bantul sebagai pemberdayaan UMKM pasca Pandemi COVID-19.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu suatu data yang didapatkan dari sumber-sumber yang selaras dengan topik penelitian bisa dari jurnal, buku, arsip, atau pun media online. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari arsip dokumen yang telah dilaksanakan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan

Perdagangan (DKUKMPP) Kabupaten Bantul dan beberapa media yang membahas tentang Pasar Rakyat dan UMKM Kabupaten Bantul.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah cara yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data penelitian yang akurat dan spesifik. Adapun cara mengumpulkan data yang akan diterapkan penelitian ini, yaitu:

a. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam seputar hal yang ingin diteliti. Menurut (Sugiyono, 2014) berpendapat jika wawancara ialah sebuah metode untuk mendapatkan data sehingga memperoleh masalah dan hal lebih spesifik yang akan diteliti dari narasumber. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan petunjuk umum. Dalam hal ini peneliti akan mempersiapkan garis besar pokok pembicaraan yang akan ditanyakan dan akan diperdalam sesuai dengan temuan di lapangan. Kemudian supaya meminimalisir terjadinya salah paham informasi, maka peneliti akan memohon ijin terhadap narasumber untuk memakai alat bantu seperti *handphone*.

b. Dokumentasi

Menurut (Arikunto, 2006) definisi dari dokumentasi ialah sebuah metode untuk memperoleh data baik itu buku, majalah, catatan

dan surat kabar. Adapun dokumentasi yang peneliti terapkan adalah dengan menggunakan beberapa data yaitu objek penelitian, data primer dan data sekunder dinas, pasar dan umkm serta dokumentasi yang diperoleh peneliti sepanjang penelitian berlangsung.

c. Observasi

Definisi dari observasi merupakan sebuah metode untuk mengumpulkan data dengan melakukan peninjauan langsung objek penelitian. Adapun observasi yang peneliti terapkan adalah dengan turun langsung sesuai dengan sampel ke pasar rakyat dan toko UMKM Kabupaten Bantul.

6. Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2014) definisi dari analisis data ialah sebuah aktivitas setelah semua data diperoleh atau terkumpul. Dengan kata lain analisis data ialah sebuah aktivitas proses menyusun sekaligus mengolah data yang sudah didapatkan. Adapun cara analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini dengan menggunakan triangulasi data. Triangulasi data menurut (Moleong, 2006) yaitu sebuah cara untuk memeriksa kesahan data yang telah didapatkan sehingga semua yang diperoleh mampu dipertanggungjawabkan kevalidan datanya. Adapun proses yang akan diterapkan sesuai dengan triangulasi data ialah mengumpulkan data, mereduksi data, dan menyajikan data serta menarik kesimpulan.

a. Pengumpulan Data

Tahapan pertama yaitu mengumpulkan data yang mana data yang telah diperoleh peneliti dikumpulkan menjadi satu tulisan bisa berupa kalimat dan lain sebagainya.

b. Reduksi Data

Tahapan selanjutnya yaitu mereduksi data atau dengan kata lain mengkategorikan data yang telah diperoleh sehingga menemukan data yang dibutuhkan dan data yang tidak dibutuhkan.

c. Penyajian Data

Tahapan selanjutnya yaitu menyajikan data atau dengan kata lain peneliti menyajikan data yang telah dikategorikan sebelumnya untuk memperoleh satu kesatuan tulisan. Adapun bentuk penyajian data kualitatif yaitu bisa berbentuk naratif, grafik, matriks, began dan jaringan.

d. Penarikan Kesimpulan

Tahapan terakhir yang akan peneliti lakukan adalah menarik kesimpulan atau dengan kata lain sebagai bentuk menampilkan sejauh mana peneliti telah mendapatkan hasil penelitiannya dan tafsiran dari peneliti.