

# Implementasi Peraturan Walikota Ternate Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Penggunaan Produk Lokal Khas Daerah Kota Ternate

## Implementation of Ternate Mayor Regulation No. 21 Of 2018 Concerning the Use of Local Products Typical of Ternate City Area

Hidayat Husin<sup>1)</sup>, Sriati<sup>2)</sup> & M. Husni Thamrin<sup>3)</sup>\*

1)Magister Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sriwijaya, Indonesia

2) Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya, Indonesia

3) Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sriwijaya, Indonesia

Diterima: 08 Februari 2022; Direview: 08 Februari 2022; Disetujui: 27 April 2022

\*Corresponding Email: [dayat.husen@gmail.com](mailto:dayat.husen@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi Peraturan Walikota Ternate Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Penggunaan Produk Lokal Khas Kota Ternate, dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi kebijakan tersebut. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif sesuai teori Implementasi Kebijakan Publik dari Donald S. van Metter. dan Carl E. van Horn. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam memaksimalkan penggunaan produk lokal khas wilayah Kota Ternate yang diukur dari tingkat pendapatan penjualan produk di Swalayan Tara No Ate menunjukkan bahwa 80 persen penggunaan produk lokal didominasi oleh pengguna dari luar Kota Ternate, dan 20 persen sisanya digunakan oleh masyarakat Kota Ternate, hal ini karena kegiatan sosialisasi dan motivasi kepada pemerintah yaitu OPD dalam lingkup Pemda Kota Ternate, Instansi Vertikal, BUMN, BUMD, Swasta, dan masyarakat untuk menggunakan produk lokal khas dan unggulan daerah belum dilaksanakan secara optimal dan konsisten.

**Kata Kunci:** Implementasi Peraturan Walikota Ternate; Penggunaan Produk Lokal Khas Daerah; Produk Unggulan Daerah.

### Abstract

*This study aims to determine the implementation of Ternate Mayor Regulation Number 21 of 2018 concerning the Use of Local Products Typical of Ternate City, and to determine the factors that influence the implementation of the policy, using a qualitative descriptive method according to the theory of Public Policy Implementation from Donald S. van Metter. and Carl E. van Horn. The results showed that in maximizing the use of local products typical of the Ternate City area as measured by the level of income from product sales at the Tara No Ate Supermarket, 80 percent of the use of local products was dominated by users from outside the City of Ternate, and the remaining 20 percent was utilized by the people of Ternate City. This is because the socialization and motivational activities to the government, namely OPD within the Ternate City Government, Vertical Agencies, BUMN, BUMD, Private, and the community to use local and regional superior products have not been carried out optimally and consistently.*

**Keywords:** Implementation of Ternate Mayor Regulation; Use of Regional Typical Local Products; Regional Featured Products.

**How to Cite:** Husin, H. Sriati. & Thamrin, M. H. (2021). Implementasi Peraturan Walikota Ternate Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Penggunaan Produk Lokal Khas Daerah Kota Ternate, *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 5 (1): 111-122.



## PENDAHULUAN

Kebijakan pemerintah melalui Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 47/M-DAG/PER/6/2016 Tentang Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri, merupakan upaya untuk mewujudkan kesejahteraan umum masyarakat, ini merupakan amanat dalam mencapai tujuan negara dan bangsa Indonesia sebagaimana dituangkan di dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar (UUD) Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Dalam pelaksanaan didasarkan pada kemakmuran dan kesejahteraan ekonomi rakyat (pasal 33 ayat 1) dan penyelenggaraan yang berdasar pada demokrasi ekonomi (pasal 33 ayat 4). Ripley dan Franklin (1986) mengatakan bahwa kebijakan publik merupakan salah satu konsep yang sering dipakai sehari-hari dan familiar, namun konsep tersebut belum disertai dengan pemahaman yang sama, dimana kebijakan publik sering diartikan atau didefinisikan secara berbeda oleh kelompok yang berbeda. Kebijakan publik melibatkan peran kunci, tetapi tidak eksklusif, Hogwood dan Gun, dalam Hill dan Hope, (2002). Kebijakan penggunaan produk adalah sebagai bentuk keberpihakan pemerintah untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Sebagai sasaran utamanya yaitu untuk meningkatkan penggunaan produk yang diproduksi oleh masyarakat sebagai produsen, sehingga mampu menghasilkan produktivitas secara berkelanjutan (Siregar et al., 2019; Munthe et al., 2018).

Produk khas daerah adalah barang yang secara fisik memiliki ciri yang khas yang diproduksi dengan dasar kearifan lokal, dan diproduksi langsung oleh pelaku usaha mikro kecil dan menengah, baik koperasi, kelompok usaha, maupun usaha perorangan. Produk yang memiliki keunggulan komparatif dan dapat dikembangkan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh daerah berupa sumber daya alam, sumberdaya manusia dan budaya lokal, serta mampu menghasilkan laba atau keuntungan bagi pelaku usaha maupun pemerintah, dan diharapkan menjadi dasar kekuatan ekonomi daerah, (Perwali Kota Ternate Nomor 21 Tahun 2018; Pasal 1:6). Syukriah (2013) menyatakan bahwa usaha skala kecil di Indonesia mempunyai prospek yang baik di era perdagangan bebas (Masyarakat Ekonomi Asean), asalkan bisa memanfaatkan keunggulan komparatifnya, antara lain dengan meningkatkan inovasi teknologi dan diversifikasi produk sehingga menghasilkan produk yang khas, unik dan senantiasa memberikan pelayanan kepada konsumen dengan baik.

Salah satu tindakan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Ternate dalam menunjang ketersediaan serta akses penggunaan produk lokal khas daerah, yakni dengan membangun sarana pemasaran produk (Swalayan Tara No Ate), yang merupakan salah satu sarana atau tempat pemasaran produk lokal khas daerah dan merupakan pusat oleh-oleh produk khas daerah, yang dikelola oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) melalui pelaksana hariannya yakni Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ternate. Untuk mekanisme pemasaran produk lokal khas daerah, Swalayan Tara No Ate menyediakan tempat termasuk segala fasilitas yang menjadi pendukung kelancaran dalam pemasaran produk. Dengan melalui perekrutan terhadap produsen produk lokal khas daerah baik koperasi, kelompok usaha masyarakat, maupun usaha perorangan, untuk dijadikan mitra dalam penyediaan produk-produk lokal khas daerah di Kota Ternate.

Penggunaan produk lokal khas daerah pada tahun 2020, diukur dari tingkat pendapatan penjualan produk mengalami fluktuasi, dengan total pendapatan dari bulan Januari sampai dengan bulan Desember tahun 2020 sebesar Rp. 2.184.073.728. Pada bulan Maret sampai dengan bulan November tahun 2020, pendapatan penjualan produk yang diperoleh mengalami penurunan yang sangat signifikan dari beberapa bulan sebelumnya ditahun yang sama, yakni perolehan pendapatan sebesar Rp. 17.108.375 sampai dengan Rp. 94.083.950. Sebelumnya dibulan Januari sampai Februari pendapatan bisa mencapai Rp. 112.855.350 sampai dengan Rp. 124.890.500. Namun pada bulan Desember mengalami peningkatan yakni sebesar Rp. 188.352.350.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pujasetiandi et al., (2020) tentang Implementasi Kebijakan Pemerintah Lombok Barat dalam Penggunaan Produk Lokal Unggulan Daerah, Dengan menggunakan strategi promosi melalui kampanye atau gerakan "Ayo Pakai Produk Lombok", dengan penguatan Surat Edaran Bupati Lombok Barat Nomor 511/78/Bappeda/2017 tentang Peredaran, Pengawasan dan Pengendalian Garam Beryodium di Lingkungan Pemerintah



Kabupaten Lombok Barat, Pujasetiadi (2020) menyimpulkan bahwa, Surat Edaran Bupati Lombok Barat dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan terhadap petambak garam dan pengurus Koperasi Sayariah Bina Hasil Laut dengan melalui pemasaran garam. Muhammad Ridwan Basalamah, et al, (2018), menganalisis strategi pemasaran yang tepat guna dalam menghadapi persaingan pasar UMKM, mengatakan bahwa lingkungan pemasaran internal memiliki kekuatan utama dalam variasi produk, sedangkan kelemahan utama adalah harga jual produk yang tinggi, lingkungan pemasaran eksternal yang berpeluang utama untuk meningkatkan permintaan pelanggan. dan ancaman utama adalah peningkatan biaya produksi. Gerrie E. du Rand et al, (2013) menyoroti terkait pemasaran produk lokal pada destinasi kepariwisataan, dan menyimpulkan bahwa masih sangat sedikit yang mendapatkan perhatian. Nakamura dan Smallwood dalam Patton & Sawicki, (1986) membuat perbedaan penting antara pembuat kebijakan (*policy makers*) dan pelaksana kebijakan (*policy implementation*). Menurut mereka bahwa pembuat kebijakan biasanya tidak mengimplementasikan kebijakan itu sendiri, tetapi mengandalkan pelaksana dan perantara untuk melaksanakan kebijakan. Dalam hal ini ada 3 (tiga) konsep kebijakan yakni, (1) dimana kebijakan itu dibentuk, (2) dimana kebijakan itu diimplementasikan, dan (3) dimana kebijakan dievaluasi.

Hal ini menjadi menarik untuk pengkajian lebih lanjut dengan fokus penelitian pada implementasi kebijakan melalui peraturan walikota Ternate Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Penggunaan Produk Lokal Khas Daerah Kota Ternate, dimana tujuannya adalah untuk menganalisis tingkat penggunaan produk lokal khas daerah melalui penguatan peraturan Walikota Ternate sebagai pendorong dalam memaksimalkan penggunaan produk lokal pada OPD dilingkup pemerintah Kota Ternate, Instansi Vertikal, BUMN, BUMD, dan Swasta.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian dengan metode kualitatif yang dilakukan di Kota Ternate, dengan teknik utama dalam pengumpulan data yaitu dengan menggunakan teknik triangulasi. Dengan menggunakan analisis isi (*content analysis*), wawancara secara mendalam pada informan sebanyak 7 orang pejabat struktural pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ternate, 1 orang pejabat pada Bagian Kerjasama Setda Kota Ternate, Direktur utama Bank Perkreditan Rakyat Bahari Berkesan (BPRS) Kota Ternate, dan 5 orang produsen produk lokal Kota Ternate, serta melakukan observasi pada Swalayan Tara No Ate, dan dokumentasi.

Fokus dari penelitian ini adalah untuk menganalisa Implementasi Peraturan Walikota Ternate Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Penggunaan Produk Lokal Khas Daerah Kota Ternate, dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi serta dampak yang dihasilkan dari implementasi kebijakan tersebut dengan mengukur tingkat penggunaan produk lokal khas daerah pada OPD di lingkup pemerintah Kota Ternate, Instansi Vertikal, BUMN, BUMD, dan Swasta, dengan melihat tingkat pendapatan penjualan pada Swalayan Tara No Ate. Sebagai alat analisis menggunakan pendekatan model teori implementasi kebijakan dari Donald S. van Meter dan Carl E. van Horn, dengan 6 dimensi yaitu, (1) Ukuran dan tujuan kebijakan, (2) Sumber Daya, (3) Komunikasi Antar Organisasi, (4) Karakteristik Agen Pelaksana, (5) Sikap para pelaksana, dan (6) Lingkungan Ekonomi, Sosial, dan Politik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Ukuran dan Tujuan Kebijakan

Tujuan dari kebijakan yaitu mendorong serta memotivasi kepada pemerintah dan masyarakat untuk mencintai dan menggunakan produk-produk lokal daerah Kota Ternate, maka upaya yang harus dilakukan yaitu dengan cara promosi, sosialisasi, dan pemasaran produk-produk lokal unggulan daerah. Sebagaimana diatur dalam Peraturan Walikota Ternate Nomor 21 Tahun 2018 tentang Penggunaan Produk Lokal Khas Daerah Pasal 4, (huruf a,b,dan c). Peluang pasar yang tersedia akan sangat membantu kelancaran dalam proses terciptanya arus transaksi khususnya barang atau produk lokal khas daerah sehingga memungkinkan barang atau produk-produk tersebut dapat digunakan oleh konsumen dengan melalui sistem pemasaran. Hammer



dalam Bangsawan, (2015) mengatakan bahwa ada tiga pilar penyangga konsep pemasaran yakni; (1) berorientasi pada pelanggan, (2) integrasi kegiatan pemasaran, dan (3) kejelasan tujuan yang ingin dicapai.

Penggunaan produk lokal khas daerah yang diukur dari pendapatan penjualan pada Swalayan Tara No Ate, mengalami kenaikan pendapatan di tahun 2020. Dengan pendapatan sebesar Rp. 2.184.073.000, atau naik sebesar 54,43% dari tahun 2019, dimana pendapatan yang diperoleh pada tahun 2019 sebesar Rp. 1.232.527.900, dapat dilihat pada Tabel 1.

**Table 1. Pendapatan Penjualan Produk Lokal Khas Daerah Kota Ternate**

Tahun	Jumlah			Pendapatan
	Supplier	Produk	Produksi	
2019	114	808	1.450.150.500	1.232.527.900
2020	160	1.520	2.569.498.500	2.184.073.000

Sumber: Swalayan Tara No Ate (data diolah).

Dari Tabel 1, hasil data menggambarkan bahwa, walaupun di tahun 2020 terjadinya wabah Covid-19, yang mengakibatkan aktivitas masyarakat menjadi berkurang, namun untuk penggunaan produk lokal khas daerah masih tetap bisa berjalan. Kenaikan tingkat pendapatan ini oleh karena, di 2 (dua) bulan awal tahun sebelum pemberlakuan pembatasan sosial berskala besar di diterapkan di Kota Ternate, kondisi daerah Kota Ternate dalam keadaan normal dan dibarengi dengan pelaksanaan even launching festival Morotai 2020 (<https://beritamalut.co/2020/03/15/launching-festival-morotai-2020-di-landmark-terbate-berlangsung-meriah/>) yang diselenggarakan di Kota Ternate pada bulan Maret tahun 2020, dan diselenggarakan festival kampung nelayan Tomalou (<https://kumparan.com/ceritamalukuutara/festival-kampung-nelayan-tomalou-2020-event-kampung-rasa-internasional-1swiw216lkW>) Kota Tidore Kepulauan, kemudian di bulan Desember status Covid-19 Kota Ternate diturunkan menjadi level Hijau sehingga akses masuk ke Kota Ternate menjadi lancar. Manajer Swalayan Tara No Ate mengatakan bahwa, kenaikan pendapatan di bulan Desember dikarenakan Kota Ternate baru saja menyandang status Hijau, akses masuk ke Kota Ternate menjadi lancar, kegiatan pemerintahan banyak dilakukan di Kota Ternate termasuk rapat-rapat kerja dan studi banding dari beberapa daerah di Indonesia. Namun dari hasil observasi pada Swalayan Tara No Ate menunjukkan bahwa, untuk penggunaan produk lokal khas daerah Kota Ternate masih didominasi oleh pengguna dari daerah luar atau pengunjung yang datang ke Kota Ternate. Sebagaimana kutipan hasil wawancara dengan manejer Swalayan Tara No Ate pada tanggal 23 Agustus 2021, mengatakan bahwa:

*"...Karena memang seperti yang diketahui bahwa untuk penggunaan produk rata-rata konsumen Swalayan Tara No Ate ini, 80 persen adalah masyarakat dari luar daerah. Kalo Pemerintah yaaa... sifatnya hanya mendukung..."*

Dari hasil wawancara ini jelas bahwa, dalam penggunaan produk lokal khas daerah yang paling banyak adalah berasal dari luar Kota Ternate atau tamu dan wisatawan yang berkunjung ke Kota Ternate, yakni sekitar 80% penggunaan produk diperoleh dari hasil kunjungan, dan 20% sisanya merupakan penduduk atau masyarakat Kota Ternate sendiri. Oleh karena masyarakat, pemerintah, maupun swasta dalam menggunakan produk lokal khas daerah hanya sebatas pilihan dan bukan menjadi suatu kebutuhan yang urgen, ini sesuai kutipan wawancara dengan manejer Swalayan Tara No Ate.

*"...Produk lokal khas daerah terutama yang ada di Swalayan Tara No Ate ini, sebenarnya bukan sesuatu yang menjadi kebutuhan atau urgen artinya, bukan merupakan kebutuhan primer yang mereka harus menggunakannya secara rutin. Jadi memang penggunaan produknya tidak secara rutin dilakukan oleh masyarakat, pemerintah, maupun swasta karena yang kita jual ini adalah keinginan masyarakat dan bukan kebutuhan..."*

## Sumber Daya

Dalam penyelenggaraan kebijakan, sumber daya manusia, keuangan, dan sarana dan prasarana penjualan adalah merupakan komponen yang dapat mempengaruhi kelancaran



aktivitas dalam kebijakan. Untuk pelaksanaan kebijakan harus melalui proses perencanaan, implementasi dan evaluasi yang diharapkan dapat berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan dan tanpa ada masalah yang ditimbulkan dalam implementasi kebijakan, olehnya itu dibutuhkan SDM sebagai motor yang menggerakkan kebijakan tersebut. Sumber daya keuangan juga sangat penting dalam menunjang keberlangsungan dan lelucon aktivitas dalam mengimplementasikan semua program dan kegiatan yang telah disusun, sementara untuk sumberdaya sarana dan prasarana pemasaran produk lokal khas daerah juga sangat penting dalam mendistribusikan produk sampai pada konsumen sebagai pengguna.

Adapun ketersediaan sumber daya manusia dalam pelaksanaan kebijakan sesuai hasil observasi pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ternate dan Swalayan Tara No Ate, dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Sumber Daya Manusia (SDM) Pelaksana Kebijakan**

No.	Sumber Daya Manusia	Keterangan
1.	Jumlah SDM	Bidang Industri 8 Orang Pengelola Rumah Kemasan 4 Orang Pengelola Swalayan Tara No Ate 7 Orang
2.	Kualitas SDM	Untuk kualitas SDM pada bidang Industri sudah cukup berkopeten, namun pada pengelolaan Swalayan Tara No Ate, masih perlu untuk mendapatkan bimbingan khusus dalam hal manajemen dan pelayanan terhadap konsumen.

Sumber daya manusia (implementor) yang tersedia sudah cukup memadai dalam menjalankan tugas dan fungsi pelaksana kebijakan, namun dalam penyusunan program kerja pada Bidang Industri Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ternate di tahun 2020, sesuai dengan Daftar Penggunaan Anggaran (DPA) yaitu; kegiatan fasilitasi, pengembangan, pembinaan, dan pendampingan terhadap pelaku usaha Industri Kecil Menengah (IKM) serta produksi produk (dapat dilihat pada Tabel 3). Sementara untuk sosialisasi serta penguatan dalam memotivasi pemerintah baik OPD di lingkup Pemerintah Kota Ternate, Instansi Vertikal, BUMN, BUMD, Swasta, dan juga masyarakat Kota Ternate dalam memaksimalkan penggunaan produk-produk lokal khas dan unggulan daerah, sebagaimana diatur dalam Pasal 9 (1-8) Perwali Kota Ternate No. 21/2018 tentang Penggunaan Produk Lokal Khas Daerah, masih belum konsisten dalam pelaksanaannya, sehingga mempengaruhi pendapatan penjualan pada Swalayan Tara No Ate.

**Tabel 3. Program dan Kegiatan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ternate Tahun 2020**

Kegiatan / Tahun	Program	Peningkatan Kapasitas Iptek sistem Produksi	Pengembangan industri kecil dan menengah	Peningkatan kemampuan teknologi industri	Pengembangan sentra-industri potensial
Kegiatan 2020	Pengembangan sistem inovasi teknologi industri Penguatan kemampuan industri berbasis teknologi Pengembangan dan Operasional Rumah Kemasan	Bazar Produk industri Kecil dan Menengah Penyusunan data Industri Kecil Menengah (IKM) Pameran asosiasi pemerintah kota seluruh indonesia (APEKSI) Penyediaan sarana informasi yang dapat diakses masyarakat	Pembinaan kemampuan teknologi industri Perluasan penerapan standarisasi produk untk mendorong daya saing industri manufaktur	Fasilitasi Bagi IKM terhadap pemanfaatan sumber daya Fasilitasi kerja sama kemitraan industri mikro, kecil dan menengah Pemberian fasilitasi kemudahan akses perbankan bagi industri kecil, dan menengah Fasilitas kerja sama IKM dengan MUI Sosialisasi dan fasilitasi pembuatan HAKI Revitalasi sentra IKM (DAK)	

Sumber : DPA Dinas Perindag Kota Ternate

 <http://mahesainstitute.web.id/ojs2/index.php/jehss>

 mahesainstitut@gmail.com

115



### Karakteristik Agen Pelaksana

Untuk tinjauan karakteristik agen pelaksana maka ada 2 dimensi yang dapat dilihat dari struktur organisasi yakni (1) Struktur organisasi formal, dan (2) Struktur organisasi Informal. Struktur organisasi formal disini adalah agen pelaksana kebijakan Peraturan Walikota Ternate, yakni Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ternate yang dimotori oleh Bidang Industri, dan struktur organisasi informal yakni beberapa SKPD dengan tugas dan fungsi yang ada kaitannya dengan penggunaan produk lokal khas daerah. Sebagai agen pelaksanaan kebijakan yakni Peraturan Walikota Ternate Nomor 21 Tahun 2018 tentang Penggunaan Produk Lokal Khas Daerah, dapat dikatakan cukup mampu untuk dijalankan, dimana ketersediaan agen pelaksana dengan kompetensi yang tersedia sudah cukup untuk memenuhi kriteria pelaksana kebijakan. Dari struktur birokrasi yang tersedia untuk agen pelaksana terdapat 2 orang sarjana strata dua (S2) Teknik dan Manajemen Industri, 1 orang strata satu (S1) Teknik Industri, 4 orang strata satu (S1) Ekonomi, dan 4 orang dengan pendidikan SMA. Untuk klasifikasi diklat terdapat 6 orang staf yang sudah mengikuti diklat yakni, 2 orang diklat desain kemasan dan 4 orang diklat pengolahan pangan. Dengan demikian bahwa, ketersediaan kompetensi yang ada akan memperkuat dasar dalam pelaksanaan kebijakan dalam penggunaan produk lokal khas daerah.

Untuk organisasi informal diantaranya (1) Bagian Kerjasama Sekda Kota Ternate, berperan melakukan fasilitasi kerjasama antara pihak-pihak perusahaan yang berkeinginan melakukan kerjasama dibidang pemasaran dan promosi produk-produk lokal secara online baik dalam negeri maupun luar negeri, (2) Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Ternate, berperan memfasilitas investor-investor dalam wilayah Kota Ternate untuk kerjasama dalam promosi dan pemasaran produk lokal pada perhotelan dan toko-toko moderen yang ada di Kota Ternate, (3) Dinas Kesehatan Kota Ternate berperan dalam melakukan penyuluhan terkait kesehatan produk industri khususnya olahan produk pangan, sampai pada pengawasan dan merekomendasi Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT), dan (4) Dinas Pariwisata Kota Ternate, berperan dalam akselerasi kepariwisataan yang disandingkan dengan promosi dan pemasaran produk-produk lokal pada zona kepariwisataan.

Meter dan Horn dalam Winarno (2012) mengatakan bahwa ada beberapa unsur yang dapat mempengaruhi suatu organisasi dalam mengimplementasikan kebijakan yakni : (1) kompetensi dan ukuran staf dalam suatu badan, (2) tingkat pengawasan hierarkis terhadap keputusan-keputusan sub-unit dan proses-proses dalam badan-badan pelaksana, (3) sumber-sumber politik dalam suatu organisasi, (4) Vitalitas dalam organisasi, (5) tingkat komunikasi-komunikasi selalu terbuka, sebagai jaringan kerja komunikasi baik vertikal maupun horisontal yang dilakukan secara bebas sampai pada komunikasi dengan individu-individu diluar organisasi, (6) adanya kaitan antara organisasi formal dan informal dengan badan pembuat keputusan atau pelaksana keputusan.

### Sikap atau Kecenderungan (disposisi) Para Pelaksana

Van Meter dan van Horn dalam Winarno (2012) mengatakan bahwa setiap komponen dari model yang dibicarakan sebelumnya harus disaring melalui persepsi-persepsi pelaksana dalam yuridiksi dimana kebijakan tersebut dihasilkan. Dengan demikian bahwa, dalam implementasi kebijakan para pelaksana harus dapat mengidentifikasi secara lengkap terkait pemahaman tentang kebijakan, tanggapan terhadap penerimaan, netralitas, serta penolakan terhadap kebijakan yang menjadi tanggung jawab pelaksana. Untuk mengidentifikasi tingkat keberberhasilan dari implementasi Peraturan Walikota Ternate Nomor 21 Tahun 2018 tentang Penggunaan Produk Lokal Khas Daerah maka, yang harus diukur yakni (1) sikap respon pelaksana (implementor) terhadap kebijakan yang dilaksanakan, (2) kondisi yang dihadapi oleh pelaksana kebijakan, dan (3) keaktifan dan intensitas dalam mengimplementasikan kebijakan.

Dalam pelaksanaan kebijakan yang di motori oleh Bidang Industri Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ternate, dari hasil observasi menemukan bahwa, sikap respon, keaktifan serta intensitas dari implementor terhadap tugas untuk menjalankan kebijakan pada dasarnya menerima, namun pada pelaksanaannya, implementor masih kurang konsisten dalam melakukan



sosialisasi, sebagaimana dijelaskan pada Pasal 6 Perwali Kota Ternate No. 21/2018, mengatakan bahwa upaya sosialisasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf b, dilaksanakan dalam bentuk penyediaan dan penyampaian informasi serta pelaksanaan kebijakan dan program yang memuat: (a) peningkatan dan pembudayaan penggunaan produk khas daerah, (b) melaksanakan publikasi terkait produk khas daerah melalui media cetak, media elektronik, media online dan sejenisnya, (c) pertemuan tatap muka berupa *workshop*, seminar, diskusi, forum komunikasi, bimbingan teknis dan penyuluhan. Untuk kondisi, pada tahun 2020 terjadinya wabah Covid-19, dan pada kondisi ini Pemerintah Kota Ternate mendapatkan dana bantuan melalui Dana Insentif Daerah (DID), kemudian disalurkan ke Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ternate, salah satunya adalah diperuntukan untuk pemulihan perekonomian bagi produsen produk lokal yang terdampak Covid-19. Sebanyak 236 produsen produk lokal khas daerah memperoleh bantuan dengan rincian dapat dilihat pada Tabel 4:

**Tabel 4. Daftar Penerima Bantuan Dana Insentif Daerah (DID) Tahun 2020.**

No.	Bidang Usaha	Jumlah Penerima Bantuan	Jenis Alat, Perlengkapan Pemasaran, dan Bahan Produksi
1	Olahan Pangan	133	Etalase Kaca, Mixer 15 Liter, Oven Gas, Induction Sealer, Kemasan Standing Pouch, Kemasan Dus, Kemasan Sambal Botol
2	Kerajinan	24	Mesin Sablon, Mesin Mini Grinder, Mesin Scroll Saw, Mesin Potong Kayu, Kompresor Listrik 3/4 HP, Kain Katun, Pewarna Batik, Kain Katun, Pewarna Batik, Maal Batik, Kain Flanel, Benang Tenun
3	Olahan Ikan	36	Induction Sealer, Ikan Roa, Ikan Teri, Minyak Goreng, Telur,
4	Olahan Kue	33	Tepung Terigu, Kenari, Mentega, Gula
5	Sablon	10	Kaos, Tinta Rubber
<b>Jumlah</b>		<b>236</b>	

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ternate

Dengan bantuan ini, diharapkan dapat memberikan kekuatan kepada produsen produk lokal khas daerah untuk kembali melakukan aktivitas produksi disaat Covid-19 mewabah. Dari Tabel 4 diatas, tidak terlihat adanya upaya dalam menunjang penggunaan produk lokal, dimana dana yang digunakan lebih banyak pada belanja peralatan produksi dan perlengkapan pemasaran produk, sementara yang dibutuhkan produsen produk lokal adalah untuk bagaimana produk-produk yang telah diproduksi bisa laku terjual dipasaran sehingga aktivitas produksi bisa berkelanjutan.

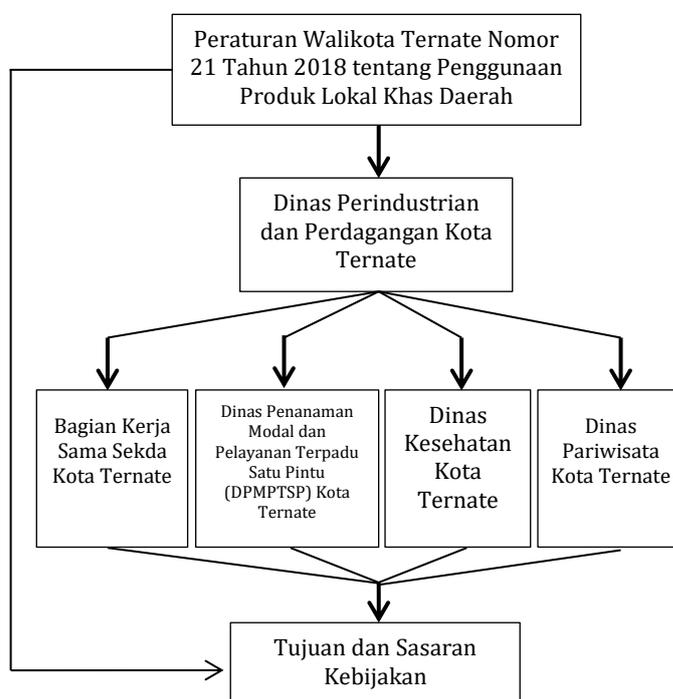
### **Komunikasi antar Organisasi dan Aktivitas Pelaksana**

Tujuan dari komunikasi adalah sebagai media koordinasi, dimana merupakan syarat utama untuk menentukan keberhasilan dari terlaksananya kebijakan. Fungsi komunikasi yaitu, (1) komunikasi sebagai transmisi atau penyalur informasi, (2) Komunikasi sebagai kejelasan, agar tidak terjadi miskomunikasi dalam aktivitas pelaksanaan kebijakan, dan (3) konsistensi dalam berkomunikasi, yakni penerapan aktivitas pelaksanaan dalam hubungan antar organisasi senantiasa dijaga agar pelaksanaan keputusan yang menjadi tujuan dari implementasi kebijakan dapat dijalankan sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Komunikasi sangat menentukan keberhasilan pencapaian tujuan dari implementasi kebijakan publik. Komunikasi (pentransmisi informasi) diperlukan agar para pembuat keputusan dan implementor akan semakin konsisten dalam melaksanakan setiap kebijakan.

Dalam hubungan komunikasi, ada 2 (dua) agen pelaksana kebijakan yaitu Agen Formal dan Agen Informal, dimana keduanya saling menunjang untuk berupaya mensukseskan pelaksanaan kebijakan dalam mendorong penggunaan produk lokal khas daerah Kota Ternate agar lebih maksimal. Meter dan Horn dalam winarno (2012) mengatakan bahwa, prospek-prospek tentang implementasi yang efektif ditentukan oleh kejelasan ukuran-ukuran dan tujuan-tujuan yang

dinyatakan dan oleh ketepatan dan konsisten dalam mengkomunikasikan ukuran-ukuran dan tujuan-tujuan dari kebijakan tersebut.

### Proses Pentransmisian Informasi Kebijakan Perwali Kota Ternate.



Gambar 1. Model Komunikasi Antar Organisasi dan Aktivitas Pelaksana

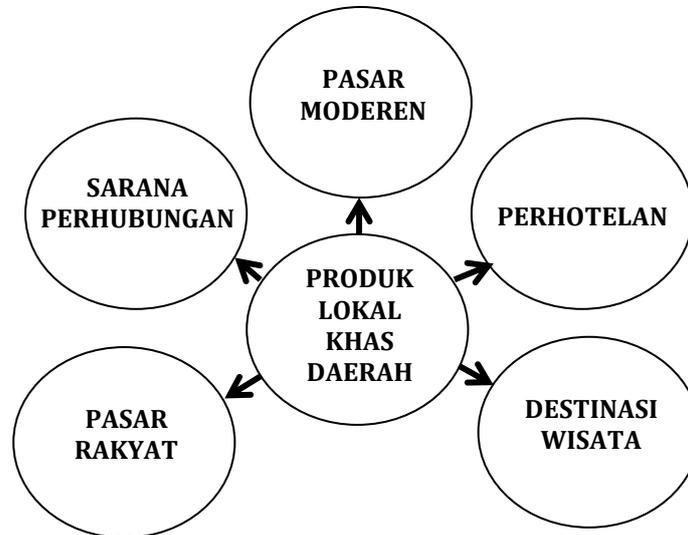
Gambar 1 adalah merupakan model atau bentuk komunikasi antar organisasi formal dan organisasi informal. Untuk dapat mencapai tujuan dan sasaran dari implementasi Peraturan Walikota Ternate, maka agen pelaksana dari organisasi formal terus berupaya memberikan informasi dan berkoordinasi dengan agen pelaksana organisasi informal. Tujuannya adalah agar dalam penerapan program dan kegiatan tidak terjadi miskomunikasi diantara kedua agen pelaksana. Agen pelaksana disini terdiri dari organisasi formal yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Ternate, sedangkan untuk organisasi informal terdiri dari (1) Bagian Kerjasama Sekda Kota Ternate, (2) Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPPTSP) Kota Ternate, (3) Dinas Kesehatan Kota Ternate, dan (4) Dinas Pariwisata Kota Ternate. Untuk fungsinya, masing-masing agen pelaksana melaksanakan tugas dan fungsinya sesuai dengan program dan kegiatan yang ada pada lingkup kerja masing-masing, dengan menyesuaikan arahan sebagaimana tujuan dari Peraturan Walikota Ternate Nomor 21 Tahun 2018 tentang Penggunaan Produk Lokal Khas Daerah.

### Lingkungan Ekonomi, Sosial, dan Politik

Untuk lingkungan ekonomi, beberapa sektor yang bisa menjadi pendorong penggunaan produk lokal khas daerah Kota Ternate yaitu, sektor perdagangan pasar, sektor jasa perhotelan, sarana perhubungan serta di tunjang oleh sektor kepariwisataan. Potensi ini merupakan penunjang yang sangat potensial dalam memaksimalkan penggunaan produk lokal khas daerah, dimana ketersediaan jasa berupa transportasi, penginapan, hotel, pasar, toko-toko moderen, mall, dan mini market, yang ada di Kota Ternate dapat digunakan untuk memfasilitasi pendistribusian produk-produk lokal khas daerah sehingga dapat menjangkau sampai pada lapisan masyarakat yang paling bawah, termasuk juga para pengunjung yang datang ke Kota Ternate. Tantangan kedepan adalah bagaimana implementor untuk bisa menjembatani para produsen produk lokal

khas daerah untuk dapat masuk kedalam zona-zona yang tersedia, sehingga mampu untuk mendorong penggunaan produk lokal khas daerah lebih maksimal.

### Prospek Lingkungan Ekonomi Dalam Meningkatkan Penggunaan Produk Lokal Khas Daerah



Gambar 2. Potensi lingkungan ekonomi yang mendukung penggunaan produk-produk lokal khas daerah agar lebih maksimal

Untuk sektor perdagangan sendiri, di Kota Ternate memiliki pasar rakyat sebanyak 30 pasar yang tersebar di semua kecamatan, yakni (1) Kecamatan Ternate Tengah, terdapat 19 pasar yang berlokasi di Kelurahan Gamalama dan Kota Baru, (2) Kecamatan Ternate Utara, terdapat 2 pasar yang berlokasi di Kelurahan Dufa-dufa, (3) Kecamatan Ternate Selatan, terdapat 5 pasar yang berlokasi di Kelurahan Bastiong Karance dan Sasa, (4) Kecamatan Ternate Barat, terdapat 1 pasar yang berlokasi di Kelurahan Loto, (5) Kecamatan Pulau Hiri, Terdapat 1 Pasar, (6) Kecamatan Pulau Moti, terdapat 1 Pasar, dan (7) Kecamatan Pualau Batang Dua, Terdapat 1 Pasar. Untuk toko moderen atau mall terdiri dari (1) Mall sebanyak 3 unit, (2) Mini market sebanyak 2 unit, (3) Alfamidi sebanyak 35 unit, (4) Indomaret sebanyak 38 unit, (5) Dua Sekawan sebanyak 5 unit, (6) Swalayan sebanyak 7 unit, dan (7) Toko Moderen sebanyak 42 unit. Untuk saran perhubungan, (1) Perhubungan Laut sebanyak 5 dermaga, (2) Perhubungan Udara 1 Bandara, dan (3) Perhubungan Darat 1 unit terminal angkutan kota.

Jumlah fasilitas hotel dan akomodasi lainnya di Kota Ternate sampai dengan tahun 2020 tercatat sebanyak 67 buah yang tersebar di tiga kecamatan, yaitu Kecamatan Ternate Selatan 16 buah, Ternate Tengah 50 buah dan Ternate Utara 1 buah. Untuk sektor pariwisata yang terdiri dari wisata alam, (1) Pantai Sulamadaha, (2) Pantai Holl Sulamadaha, (3) Pantai Tobololo, (4) Pantai Kastela, (5) Pantai Jikomalamo, (6) Danau Laguna, (7) Danau Tolire, dan (8) Batu Angus. Untuk wisata sejarah dan budaya terdiri dari, (1) Keraton Kesultanan Ternate, (2) Benteng Oranje, (3) Benteng Toloko, (4) Benteng Kalamata, (5) Benteng Kastela, (6) Benteng Kota Janji, (6) Masjid Kesultanan Ternate, (7) Gereja ST. Willibrordus, dan (8) Klenteng Thian Hou King.

Untuk lingkungan sosial untuk mendorong penggunaan produk lokal khas daerah Kota Ternate, bisa dikatakan sangat mendukung dalam proses pelaksanaan kebijakan Walikota Ternate Nomor 21 Tahun 2018 tentang Penggunaan Produk Lokal Khas Daerah. Hal ini ditunjang dengan lingkungan sosial Kota Ternate yang dikenal dengan budaya "*Babari*" dan Kota Ternate yang merupakan kota yang cinta kedamaian dan kebersamaan dengan "*adat se atorang*". Untuk permasalahan yang dialami yakni di pertengahan tahun 2020, kendala sosial yang dihadapi oleh produsen produk lokal adalah terjadinya penyebaran virus Corona atau Covid-19, yang

menyebabkan penurunan tingkat penggunaan produk-produk lokal khas daerah yang diukur dari tingkat pendapat penjualan produk lokal. Olehnya itu diperlukan sebuah inovasi dalam strategi pemasaran dan promosi produk lokal khas daerah oleh pelaksana kebijakan (implementor), sehingga mampu mendorong penggunaan produk lokal agar lebih maksimal lagi, yakni dengan membuat toko *online* yang terintegrasi dengan google play store sehingga produk-produk lokal tersebut bisa ditemukan melalui jaringan *online*.

Pelaksanaan Kebijakan Walikota Ternate dalam penggunaan produk lokal khas daerah dari sisi politik adalah merupakan perwujudan dari visi dan misi Walikota Ternate, dimana visi untuk mewujudkan Kota Ternate yang mandiri dan berkeadilan, dengan salah satu misinya yaitu, untuk menciptakan kemandirian ekonomi masyarakat, sebagai pusat pertumbuhan ekonomi regional. Melalui 14 program prioritas dalam menunjang pembangunan Kota Ternate dan salah satunya adalah pengembangan iklim usaha yang kondusif serta peningkatan daya saing industri kreatif. Dengan demikian bahwa dengan visi dan misi dari Walikota Ternate ini, akan berdampak pada penguatan dan mampu mendorong terlaksananya kebijakan dalam menggunakan produk-produk khas daerah, sehingga mampu meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya produsen produk lokal di Kota Ternate bisa lebih baik.

### **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Implementasi Kebijakan**

Dalam pelaksanaan kebijakan Peraturan Walikota Ternate Nomor 21 Tahun 2018 tentang Penggunaan Produk Lokal khas Daerah Kota Ternate, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terlaksananya kebijakan, setelah melakukan analisis pelaksanaan kebijakan, sesuai dengan dimensi yang digunakan ditemukan ada 3 (tiga) faktor penghambat dalam pelaksanaan kebijakan, yaitu; (1) pada dimensi lingkungan sosial, yakni terjadinya penyebaran virus Corona (Covid-19) di Kota Ternate pada tahun 2020, (2) pada dimensi sikap atau kecenderungan (disposisi) para pelaksana, dalam melakukan sosialisasi dan memotivasi dalam memaksimalkan penggunaan produk lokal khas daerah masih kurang optimal dilaksanakan, dan (3) pada dimensi komunikasi antar organisasi dan aktivitas pelaksana, terdapat miskomunikasi antara pengelola Swalayan Tara No Ate dan ketua umum Dekranasda, dimana pengelola Swalayan Tara No ate masih kurang tanggap terhadap pemasaran dan promosi produk lokal khas daerah.

Mewabahnya Covid-19 ditahun 2020 pertengahan sampai pada tahun 2021 ini, berdampak negatif terhadap usaha produk lokal khas daerah. Dimana penggunaan produk menjadi berkurang akibat terjadinya penurunan daya beli masyarakat terutama tamu yang berkunjung ke Kota Ternate. Namun dari data yang diperoleh, untuk penggunaan produk yang diukur dari tingkat pendapatan penjualan pada Swalayan Tara No Ate, masih bisa dapat berjalan. Dengan adanya bantuan Dana Insentif Daerah (DID) yang diharapkan dapat menanggulangi masalah minimnya penggunaan produk-produk lokal khas daerah, namun dari hasil temuan, penggunaan anggaran lebih banyak digunakan untuk pengadaan alat produksi, perlengkapan produksi, dan bahan produksi. Dengan demikian bahwa, implementor sebagai pelaksana kebijakan belum mampu melihat kondisi yang benar-benar dibutuhkan oleh produsen produk lokal khas daerah Kota Ternate.

Implementor dalam melaksanakan kebijakan Peraturan Walikota Ternate, terkait dengan sosialisasi dan memotivasi pemerintah dan masyarakat Kota Ternate untuk menggunakan produk-produk lokal khas daerah belum secara optimal dan konsisten dilakukan, dan belum mampu merubah *mindset* dari masyarakat untuk menjadikan produk-produk lokal khas daerah sebagai produk kebutuhan sehari-hari. Untuk pemerintah baik OPD dalam lingkup Pemerintah Kota Ternate, Instansi Vertikal, BUMN, BUMD, dan Swasta pada dasarnya jika diberikan ketegasan untuk menggunakan produk-produk lokal khas daerah sepertinya akan patuh dan mampu untuk melaksanakannya, namun implementor belum mampu dalam hal tersebut.

Untuk promosi dan pemasaran produk, oleh karena produk-produk tersebut masih dianggap sebagai barang pilihan, sehingga untuk upaya dan mendorong penggunaan produk lokal khas daerah yang ada pada Swalayan Tara No Ate baik pada masyarakat, pemerintah, maupun pihak swasta tidak terlalu menjadi perhatian. Inilah yang menjadi hambatan dalam pelaksanaan kebijakan Peraturan Walikota Ternate Nomor 21 Tahun 2018 tentang Penggunaan Produk Lokal



Khas Daerah. Dimana dalam penggunaan produk lokal khas daerah di dominasi oleh wisatawan atau pengunjung yang datang ke Kota Ternate yakni sekitar 80%, dan sisanya 20% adalah penduduk lokal.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pada pembahasan, dapat diketahui bahwa Implementasi Peraturan Walikota Ternate Nomor 21 Tahun 2018 tentang Penggunaan Produk Lokal Khas Daerah, dalam memaksimalkan penggunaan produk lokal di Kota Ternate masih belum optimal dan konsisten dalam pelaksanaannya. pada dimensi ukuran dan tujuan kebijakan, yakni sebagai pedoman pelaksanaan penggunaan produk lokal khas daerah, dilihat dari tingkat penggunaan produk yang diukur dari pendapatan penjualan pada Swalayan Tara No Ate, bahwa penggunaan produk lokal khas daerah sebesar 80 persen didominasi oleh pengguna dari luar Kota Ternate, dan sisanya 20 persen penggunaan dari masyarakat Kota Ternate, ini dikarenakan oleh aktivitas sosialisasi dan memotivasi pemerintah yakni OPD dalam lingkup pemerintah daerah Kota Ternate, instansi Vertikal, BUMN, BUMD, Swasta, dan masyarakat untuk menggunakan produk lokal dan unggulan daerah belum dapat dilaksanakan secara optimal dan konsisten. Beberapa faktor yang mempengaruhi implementasi kebijakan, yaitu; pada lingkungan sosial, terjadinya penyebaran virus Corona (Covid-19) di Kota Ternate pada tahun 2020, untuk sikap atau kecenderungan (disposisi) para pelaksana, dalam melakukan sosialisasi dan memotivasi penggunaan produk lokal khas daerah masih kurang optimal dilaksanakan, dan komunikasi antar organisasi dan aktivitas pelaksana, terdapat miskomunikasi antara pengelola Swalayan Tara No Ate dan ketua umum Dekranasda, dimana pengelola Swalayan Tara No ate masih kurang tanggap terhadap pemasaran dan promosi produk lokal khas daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, L. (2016). Dasar-dasar kebijakan publik (Edisi Revisi). *Bandung: Alfabeta*.
- Syukriah, A., & Hamdani, I. (2013). Peningkatan eksistensi UMKM melalui Comparative Advantage dalam rangka menghadapi MEA 2015 di Temanggung. *Economics Development Analysis Journal*, 2(2).
- Bangsawan, S. (2015). MANAJEMEN PEMASARAN USAHA KECIL Kasus Industri Pengolahan Makanan dan Ritel.
- Basalamah, M. R., Athia, I., & Jannah, M. (2018). *Strategi pemasaran yang tepat guna dalam menghadapi persaingan pasar UMKM*. 2, 190–197.
- Du Rand, G. E., Heath, E., & Alberts, N. (2013). The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis. *Wine, Food, and Tourism Marketing*, 0002, 97–112. <https://doi.org/10.4324/9781315043395>
- Handoyo, E. (2012). *Kebijakan Publik*. Semarang: Widya Karya.
- Hill Michael, P. H. (2002). *Implementing public policy*. New Delhi: SAGE Publications India Pvt Ltd.
- Munthe, S. Warjio & Kariono. (2018). Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah pada Penataan Kelembagaan Sekretariat Daerah. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political UMA)*, 6 (1): 38-52.
- Pujasetiandi, L. B. P., Diswandi, D., & Fadliyanti, L. (2020). Implementasi Kebijakan Pemerintah Kabupaten Lombok Barat Dalam Penggunaan Produk Lokal Unggulan Daerah. *JURNAL LENTERA: Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 19(1), 26-44.
- Patton Carl V, D. S. (1986). *Basic methods of poly analysis planning*. United States of America: Prentice-Hall A Division of Simon & Schuster. Inc.
- Ripley, Randall B. and Grace A. Franklin. 1986. *Policy Implementation and Bureaucracy, second edition*. The Dorsey Press: Chicago-Illion.
- Siregar, I.H, Kadir, A. & Muda, I. (2019). Implementasi Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 10 Tahun 2012 Tentang Retribusi Pelayanan Kebersihan. *PERSPEKTIF*, 8 (1): 15-19.
- Subarsono, D. (2021). Analisis kebijakan publik (konsep, teori dan aplikasi). Indonesia: Pustaka pelajar, Celeban Timur UH III/548 Yogyakarta 55167.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Statistika untuk penelitian*. Indonesia: CV. alfa beta ISBN 979-8433-71-8.
- Tachjan. (2006). *Implementasi Kebijakan Publik*. Bandung: Asosiasi Ilmu Politik Indonesia (AIPI).
- Winarno, B. (2012). *Kebijakan Publik (Teori, Proses, dan Studi Kasus)*. 1st ed. CAPS Yogyakarta



**Hidayat Husin, Sriati, & M. Husni Thamrin**, Implementasi Peraturan Walikota Ternate Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Penggunaan Produk Lokal Khas Daerah

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 47/M-DAG/PER/6/2016 Tentang Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri

Peraturan Walikota Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Penggunaan Produk Lokal Khas Daerah

