

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti analisis menggunakan teori implementasi Edward III, dapat disimpulkan bahwa; pertama yaitu pada variabel komunikasi dimana komunikasi kebijakan sudah cukup jelas namun masih belum disebarluaskan kepada masyarakat. Kedua, yaitu variabel sumberdaya, dimana secara kualitas dan kuantitas dalam hal ini telah memadai. Ketiga, yaitu disposisi, dengan indikator pengangkatan birokrat belum efektif dikarenakan tidak terdapat standar khusus dalam hal promosi atau pemasaran, serta bagian insentif hanya didapatkan jika kita telah berhasil mempromosikan produk UMKM kepada masyarakat. Keempat, variabel struktur birokrasi, dimana indikator SOP dan fragmentasi telah dilaksanakan secara efektif oleh implementor.

Peraturan Walikota Solok Nomor 49 Tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Perdagangan dan Koperasi UKM, dimana dalam hal ini pelaksanaan promosi produk UMKM di Kota Solok masih belum berjalan dengan baik. Meskipun terdapat beberapa indikator dari variabel telah sesuai dengan semestinya, namun terdapat beberapa indikator yang masih belum dapat dilaksanakan dengan baik oleh DPKUKM Kota Solok. Implementasi kebijakan promosi produk UMKM Kota Solok terdapat dua model promosi yaitu dilaksanakan di Rumah Sentral Promosi (Galeri 88) dan *online* (e-UMKM-Manjua). Dalam penelitian ini hanya promosi *online* yang berjalan dengan baik sedangkan untuk *offline* masih terdapat kekurangan dalam keberhasilan implementasi kebijakan

