



Optimalisasi Penjualan Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Lelang Pada UMKM CV TPP Di Kabupaten Minahasa Utara

Charles Stepanus Butarbutar^{ID *1}, Ratnawaty Marginingsih^{ID 2}

¹Kanwil DJKN Sulawesi Utara, Tengah, Gorontalo, dan Maluku Utara

²Universitas Bina Sarana Informatika Depok

*Corresponding author: charles_b@kemenkeu.go.id

ARTICLE INFO

Article history:

Revised December 1, 2025

Accepted December 8, 2025

Kata kunci:

covid-19, lelang, lelang
umkm, pen

Keywords:

covid-19, auction, msme
auction, ner

ABSTRAK

Sejalan dengan tujuan Bangsa Indonesia yang tercantum dalam Pembukaan Undang-undang dasar 1945, melindungi segenap Bangsa Indonesia, dan seluruh tumpah darah Indonesia, dan untuk memajukan kesejahteraan umum, pemerintah sebagai lembaga eksekutif bersama dengan Dewan Perwakilan Rakyat sebagai lembaga legislatif merumuskan peraturan perundang-undangan sebagai dasar dalam menjalankan semua fungsi pemerintahan. Menghadapi pandemi Covid-19 yang menerpa bangsa Indonesia, pemerintah menerbitkan Program Pemulihan Ekonomi Nasional untuk memperbaiki perekonomian bangsa yang runtuh sebagai dampak pandemi tersebut. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang paling terdampak pandemi. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menyebabkan UMKM kesulitan untuk memasarkan produk. Untuk mengatasi kondisi tersebut pemerintah melalui Kementerian Keuangan meluncurkan program lelang untuk membantu memasarkan produk UMKM. Program lelang ini menarik untuk dilakukan penelitian dalam rangka mengukur efektivitasnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keberhasilan upaya pemerintah dalam program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) melalui optimalisasi lelang UMKM. Menggunakan alat analisis statistik deskriptif, penelitian ini menjelaskan optimalisasi lelang produk UMKM, dengan data dari studi kasus lelang pada salah satu produk UMKM tahun 2020 sampai tahun 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lelang produk UMKM secara statistik telah berhasil memberikan keuntungan finansial kepada pelaku UMKM dan dapat memberikan nilai tambah berupa promosi produk UMKM.

ABSTRACT

In line with the goals of the Indonesian nation as stated in the Preamble to the 1945 Constitution, protect the entire Indonesian nation and all of Indonesia's bloodshed, and to promote general welfare, the government as an executive institution together with the People's Representative Council as a legislative institution formulate laws and regulations as a basis for carrying out all government functions. Facing the Covid-19 pandemic that has hit the Indonesian nation, the government issued the National Economic Recovery program to improve the nation's economy which collapsed as a result of the pandemic. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME/UMKM) are one of the sectors most impacted by the pandemic. Large-Scale Social Restrictions (LSSR/PSBB) have made it difficult for UMKM to market their products. To overcome this condition, the government, through the Ministry of Finance, launched an auction program to help market UMKM products. This auction program is interesting to conduct research on in order to measure its effectiveness. The purpose of this study is to determine the success of the government's efforts in the National Economic Recovery (NER/PEN) program through optimizing MSME auctions. Using descriptive statistical analysis tools, this study explains the optimization of MSME product auctions, with data from a case study of an auction on one MSME product from 2020 to 2023. The research results show that statistically, auctions of MSME products have succeeded in providing financial benefits to MSME actors and can provide added value in the form of MSME product promotion.



INTRODUCTION

Pandemi *Covid-19* yang menerpa Bangsa Indonesia di awal tahun 2020 mengakibatkan kelumpuhan di berbagai sektor perekonomian bangsa. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) merupakan langkah yang diambil pemerintah untuk mengurangi dampak buruk dari *Covid-19*. PSBB mengubah kebiasaan dan pola hidup masyarakat dalam memperoleh barang dan jasa. Pasar tradisional yang mengharuskan pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi kini tidak dapat dilakukan secara konvensional. Pemerintah melalui Kementerian Keuangan mengupayakan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dengan menyasar Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu ujung tombak perekonomian bangsa (pen.kemkeu.go.id, 2024).

Pemerintah mengambil langkah luar biasa dalam menghadapi krisis ekonomi yang disebabkan *Covid-19*. Peraturan Pemerintah Nomor 23 tahun 2020 diterbitkan untuk melaksanakan program pemulihan ekonomi nasional sebagai efek domino dari krisis kesehatan. Salah satu program PEN adalah Dukungan UMKM yang bertujuan untuk memberikan dukungan khusus bagi dunia usaha termasuk UMKM (Marginingsih, 2021).

Kementerian Keuangan memberikan dukungan kepada para pelaku UMKM dengan mengeluarkan Peraturan Nomor 95/PMK.06/2022 Tentang Besaran, Persyaratan dan Tatacara Pengenaan Tarif Sampai Dengan 0% (Nol Persen) atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Kementerian Keuangan. Peraturan ini memberikan insentif pungutan bea lelang kepada UMKM yang terdaftar sebesar 1% untuk bea lelang penjual, dan 0% untuk bea lelang pembeli yang sebelumnya sebesar 1,5% untuk bea lelang pembeli dan penjual. Melalui peraturan ini diharapkan para pelaku UMKM mau meningkatkan penjualan produknya melalui lelang.

Dengan kemajuan teknologi komunikasi di era digital dan di tengah krisis ekonomi sebagai dampak pandemi *Covid-19*, Kementerian Keuangan melakukan transformasi digital pada proses bisnisnya. Pemberian pelayanan lelang kepada *stakeholder* tidak saja melalui tatap muka namun dapat juga secara *online* dengan melalui Portal Lelang Indonesia. (Noviandra, et al, 2020). Portal Lelang Indonesia juga bermanfaat dalam mendukung PEN untuk meningkatkan kesejahteraan para pelaku UMKM serta masyarakat sekitarnya (Choliq, 2022).

Program dukungan lelang dari Kementerian Keuangan untuk UMKM ini menarik untuk dilakukan kajian guna mengetahui tingkat efektivitasnya. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui keberhasilan upaya pemerintah dalam program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) melalui optimalisasi lelang UMKM.

Kajian tentang lelang telah juga dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Tista, (2013), melakukan kajian atas perkembangan sistem lelang di Indonesia. Hasilnya menyimpulkan bahwa lelang berdampak positif pada stabilitas ekonomi dan keuangan, meningkatkan volume transaksi jual beli dan perputaran uang, serta meningkatkan likuiditas lembaga keuangan. Lelang berdampak positif juga kepada peningkatan pendapatan negara.

Salim & Subagyo, (2022) melakukan penelitian keabsahan lelang non eksekusi sukarela yang dilakukan secara online. Kesimpulannya menyatakan bahwa lelang non eksekusi sukarela secara *online* (*Platform e-Marketplace Auction*) tanpa adanya pejabat lelang adalah sah dan dapat mengikat para pihak. Astriani & Ngadino, (2022) meneliti prosedur pelaksanaan lelang yang dilakukan oleh KPKNL menggunakan metode yuridis normatif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelaksanaan lelang KPKNL dilaksanakan melalui enam tahap.

Lelang adalah suatu bentuk penjualan barang yang dilakukan secara terbuka untuk umum dengan harga penawaran yang semakin meningkat atau menurun untuk mencapai harga tertinggi, yang diajukan secara tertulis maupun secara lisan, sebelumnya didahului pemberitahuan tentang akan adanya pelelangan atau penjualan barang. Istilah lelang tidak hanya merupakan bentuk penjualan barang-barang di muka umum secara tawar-menawar di hadapan juru lelang, melainkan juga termasuk pemborongan pekerjaan (memborongkan pekerjaan), yang lazim dinamakan dengan "tender." Secara singkatnya lelang adalah penjualan barang-barang di muka umum di hadapan juru lelang. (Sudiarto, 2021)

Tender adalah pengajuan penawaran barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh rekanan atau pemborong dalam rangka memenuhi atau untuk memperoleh barang dan/atau jasa oleh Kementerian/Lembaga/Satuan Kerja Perangkat Daerah/Institusi lainnya. Pada hakikatnya tender adalah pembelian atau kegiatan untuk memperoleh barang dan/atau jasa yang prosesnya dimulai dari perencanaan kebutuhan sampai diselesaikannya seluruh kegiatan untuk memperoleh barang dan/atau jasa (Usman, 2017). Dalam konteks penelitian ini, optimalisasi produk UMKM melalui lelang diartikan sebagai penjualan produk UMKM dengan harga lelang paling tinggi. Selain sebagai

sarana pemasaran, kemampuan lelang untuk mengoptimalkan harga jual produk inilah yang diperlukan untuk meningkatkan keuntungan yang diperoleh para pelaku UMKM.

Pemasaran menurut Kotler dan Keller adalah suatu proses kemasyarakatan yang melibatkan individu-individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran secara bebas produk dan jasa nilai dengan pihak lain (Dharmmesta, 2021). Stern & Al-Ansary menyebutkan bahwa dalam pemasaran dikenal istilah saluran pemasaran (*marketing channel*) yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi (Tumpal, 2021). Menurut Winardi, optimalisasi adalah ukuran yang menyebabkan tercapainya tujuan sedangkan jika dipandang dari sudut usaha, optimalisasi adalah usaha memaksimalkan kegiatan sehingga mewujudkan keuntungan yang diinginkan atau dikehendaki (Dhimas, 2022).

METHODS

Penelitian ini menggunakan metode analisis statistik deskriptif. Objek analisis meliputi nilai optimalisasi lelang pada lelang UMKM. Nilai optimalisasi lelang dihitung dari selisih peningkatan harga lelang dengan nilai limit lelang. Nilai optimalisasi lelang dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$OL = (HL - LL) : (LL) \times 100\%$$

Keterangan:

OL adalah Nilai Optimalisasi Lelang (%)

HL adalah Harga Jual Lelang (Rp)

LL adalah Nilai Limit Lelang (Rp)

Nilai Optimalisasi Lelang dihitung dengan Harga Jual Lelang dikurangi dengan Nilai Limit Lelang, kemudian hasilnya dibagi dengan Nilai Limit Lelang dan dikalikan dengan 100%. Harga Jual Lelang dan Nilai Limit Lelang diukur menggunakan satuan mata uang rupiah (Rp). Sedangkan Nilai Optimalisasi Lelang diukur menggunakan satuan persen (%). Harga Jual Lelang minimal sama dengan Nilai Limit Lelang, sehingga dengan perhitungan tersebut maka Nilai Optimalisasi Lelang yang paling minimal adalah nol persen (0%). Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar nilai persennya maka semakin optimal nilai lelangnya.

Pada penelitian ini, data Harga Jual Lelang dan data Nilai Limit Lelang merupakan data sekunder yang diperoleh dari data pelaksanaan lelang tahun 2020 sampai 2023 pada KPKNL Manado. Penelitian ini mengambil studi kasus pada pelaksanaan lelang UMKM CV TPP. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data primer berupa data kualitatif untuk mengukur manfaat pelaksanaan lelang UMKM. Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden pemilik UMKM CV TPP dan Pejabat Fungsional Pelelang pada Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Manado. Menurut Arikuto, dokumentasi dilakukan dengan mencari data mengenai suatu hal atau variabel berupa sebuah catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan lain sebagainya (Shobirin, et al, 2022).

RESULT AND DISCUSSION

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) CV TPP didirikan pada tahun 2017 dengan modal kerja sebesar Rp25.000.000,00 (dua puluh lima juta rupiah). Rumah produksi UMKM ini terletak di Kabupaten Minahasa Utara, Provinsi Sulawesi Utara. Usaha mikro ini mempekerjakan empat orang karyawan yang bertugas dalam proses produksi, dan pengepakan, sedangkan dalam proses distribusi dan penjualan ditangani langsung oleh pemilik UMKM. Pada masa awal beroperasi CV TPP memperkenalkan *brand "x"* dengan produk utamanya nike tore. Nike tore adalah jenis makanan yang digoreng berbahan dari ikan teri yang berasal dari Danau Tondano. Nike tore sangat laku di pasaran karena selain harganya yang terjangkau, target pasar yang dituju pun tepat. Masyarakat di Sulawesi Utara sangat menyukai ikan nike, karena ikan ini dapat dikonsumsi setiap hari sebagai camilan atau makanan pendamping makanan khas Minahasa yaitu bubur Manado (tinutuan).

Seiring berjalannya waktu CV TPP mengembangkan bisnis dengan menambah lini produknya. Pengembangan lini produk berhasil menambah varian rasa baru untuk camilan dan memperkenalkan produk baru sambal asli dari Manado. Semua produk yang dihasilkan menggunakan bahan baku yang dapat ditemukan di lingkungan sekitar usaha. Bahan baku ikan dan

tanaman yang digunakan merupakan flora dan fauna endemik Sulawesi Utara seperti: ikan nike, ikan roa, ikan cakalang, ikan nila, kelapa, dan talas.

Katalog produk “x” berdasarkan hasil penelitian di lapangan berjumlah 11 produk. Kesebelas produk tersebut meliputi: Sambal Roa, Sambal Cakalang, Abon Nila, Pampis Cakalang, Abon Cakalang, Kelapa Tore, Kripik Ubi Talas Gula Merah, Nila Tore, Roa Tore, Cakalang Tore, Nike Tore.

Saat ini produk “x” dapat ditemukan di berbagai tempat perbelanjaan di Kota Manado, mulai dari pasar swalayan, gerai-gerai, pusat perbelanjaan oleh-oleh, bahkan di outlet di lingkungan Bandara dapat kita temukan dengan mudah. Bagi orang yang suka bepergian atau wisatawan lokal dan mancanegara, produk “x” dapat dijadikan sebagai oleh-oleh, karena kekhasan rasa dan produk yang hanya dapat ditemui di Sulawesi Utara.

Kompetisi dan Inovasi (KEDAI) Lelang UMKM adalah program unggulan Direktorat Jenderal Kekayaan Negara (DJKN) Kementerian Keuangan dalam usaha Pemulihan Ekonomi Nasional. KEDAI Lelang melibatkan para pelaku UMKM di wilayah kerja Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) dengan tujuan memasarkan produk-produk potensial UMKM melalui *website* lelang.go.id. Kegiatan KEDAI Lelang UMKM di Kota Manado dilaksanakan oleh KPKNL Manado yang berkoordinasi dengan Dinas Koperasi dan UMKM Pemerintah Kota Manado. Koordinasi ini dilakukan dalam rangka mendata para pelaku UMKM di Kota Manado dan sekitarnya untuk ikut serta dalam KEDAI Lelang UMKM. CV TPP adalah salah satu UMKM yang potensial untuk dilakukan pemasaran melalui lelang. Pertimbangan yang mendasari pemilihan CV TPP untuk ikut dalam program tersebut adalah:

1. Lini produk
Produk “x” telah memproduksi sebelas jenis produk dengan bahan dan rasa yang berbeda antara satu dengan yang lain. Ini memberikan pilihan kepada konsumen untuk mencicipi setiap produk yang dijual.
2. Kemasan
Kemasan Produk “x” dibuat dengan kemasan yang menarik perhatian konsumen, setiap produk dibuat dengan gambar kemasan yang berbeda sehingga konsumen tidak bingung dalam memilih produk. Selain itu kemasan telah tampil dengan gaya modern menggunakan *zip lock* membuat produk dapat disimpan kembali setelah kemasan dibuka.
3. Daya tahan produk
Produk “x” diproses dan dikemas dengan cara higienis, sehingga produk “x” aman dikonsumsi dan dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama
4. Kekhasan produk
Cita rasa produk “x” merupakan cita rasa autentik, bahan baku utama dan pendukung berasal dari kekayaan alam Provinsi Sulawesi Utara. Konsumen dapat merasakan cita rasa nusantara yang berasal dari bumi Minahasa.

Kolaborasi antara UMKM CV TPP dan KPKNL Manado selama Program PEN telah berlangsung dari tahun 2020 sampai 2023. Selama periode tersebut, KPKNL Manado telah menyelenggarakan lelang produk UMKM CV TPP sebanyak 21 kali. Keberhasilan lelang ini dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Ringkasan Nilai Optimalisasi Lelang UMKM CV TPP

No.	Tahun	Frekuensi Lelang	Rata-rata Nilai Optimalisasi (%)	Nilai Minimal Optimalisasi (%)	Nilai Maksimal Optimalisasi (%)
1	2020	1	8,20	8,20	8,20
2	2021	7	1,62	0,87	7,14
3	2022	4	0	0	0
4	2023	9	0	0	0

Dari tabel tersebut terlihat bahwa optimalisasi penjualan lelang tertinggi dicapai pada tahun 2020 dengan tingkat optimalisasi sebesar 8,20%. Pada tahun 2021 dengan tingkat optimalisasi sebesar 1,62%. Sedangkan pada tahun 2022 dan 2023 lelang produk “x” tetap laku namun tidak terdapat optimalisasi pada tahun-tahun tersebut. Sebagai catatan bahwa nilai limit yang ditetapkan oleh penjual merupakan nilai jual produk yang sudah termasuk keuntungan, sehingga apabila harga lelang yang laku sesuai dengan nilai limit yang ditetapkan, maka secara finansial penjual tetap mendapatkan keuntungan di tingkat harga lelang tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh data sebagai berikut. Pelaksanaan lelang produk UMKM memberikan hasil yang bermanfaat, dimana produk UMKM yang dijual melalui lelang diminati oleh pembeli lelang. Sementara itu, penurunan optimalisasi penjualan melalui lelang tidak

berdampak langsung pada penurunan omzet pelaku UMKM. Hal ini karena barang yang laku terjual melalui lelang meskipun harga lelang sesuai dengan harga limit, pelaku UMKM secara finansial tetap memperoleh keuntungan dari harga tersebut. Selain dari sisi penjualan, keuntungan lain yang diperoleh pelaku UMKM melalui *website* lelang.go.id adalah promosi. Melalui media *website* lelang tersebut, UMKM dapat mempromosikan produk mereka sehingga produk tersebut dapat dikenal secara luas di seluruh Indonesia.

CONCLUSION

Optimalisasi penjualan produk UMKM melalui mekanisme lelang pada UMKM CV TPP di Kabupaten Minahasa Utara merupakan strategi kebijakan yang relevan dan efektif dalam mendukung Program Pemulihan Ekonomi Nasional pada masa dan pasca pandemi Covid 19. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif terhadap pelaksanaan lelang periode 2020 hingga 2023, lelang UMKM terbukti mampu memberikan keuntungan finansial bagi pelaku usaha, baik melalui tercapainya harga optimal di atas nilai limit pada periode tertentu maupun melalui kepastian keuntungan pada saat harga lelang berada pada nilai limit yang telah memperhitungkan margin usaha. Optimalisasi tertinggi yang tercatat pada awal implementasi program mencerminkan respons pasar yang positif terhadap model pemasaran berbasis lelang digital, khususnya saat terjadi pembatasan mobilitas dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Penurunan tingkat optimalisasi pada tahun-tahun berikutnya tidak menunjukkan kegagalan program, melainkan menggambarkan penyesuaian strategi penetapan harga oleh pelaku UMKM yang semakin realistis dan berorientasi pada keberlanjutan usaha. Di luar aspek finansial, lelang UMKM berperan signifikan sebagai instrumen promosi produk lokal, karena eksposur melalui platform lelang nasional memperluas jangkauan pasar, memperkuat citra produk daerah, dan meningkatkan awareness konsumen terhadap kekhasan produk berbasis sumber daya lokal Sulawesi Utara. Kolaborasi antara UMKM CV TPP dan KPKNL Manado juga mencerminkan sinergi kelembagaan yang strategis dalam mengintegrasikan kebijakan fiskal, transformasi digital layanan publik, dan pengembangan UMKM. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa lelang bukan sekadar mekanisme jual beli, melainkan bagian dari saluran pemasaran modern yang mampu meningkatkan nilai tambah ekonomi dan daya saing UMKM secara berkelanjutan dalam kerangka pembangunan ekonomi nasional.

REFERENCES

- Astriani, E. M., & Ngadino. (2022). Prosedur Pelaksanaan Dan Pengumuman Lelang Oleh Kantor Pelayanan Kekayaan Negara Dan Lelang (KPKNL). *Notarius*, 15 (2), 649-659.
- Choliq, A. (2022). Lelang Produk UMKM, Dongkrak Perekonomian Masyarakat. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-lpalu/baca-artikel/15215/Lelang-Produk-UMKM-Dongkrak-Perekonomian-Masyarakat.html>.
- Dharmmesta, B.S. (2021). Manajemen Pemasaran. Penerbitan Universitas Terbuka.
- Dhimas, E.P (2022) Optimalisasi Kinerja Basarnas Semarang dalam Penanganan Kecelakaan Laut di Alur Pelayaran Pelabuhan Tanjung Emas Semarang. <http://repository.unimar-amni.ac.id/id/eprint/4112>.
- Marginingsih, R. (2021), Program Pemulihan Ekonomi Nasional Sebagai Kebijakan Penanggulangan Dampak Pandemi Covid-19 Pada Sektor UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), 110—116.
- Noviandra, N., Marjo, & Utama, K. W. (2020), Pelaksanaan Lelang Online (E-Auction) di Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Kota Semarang. *Diponegoro Law Journal*, 9(2), 403—414.
- Salim, V.P., & Subagyo, B.S.A., (2022). Keabsahan Lelang Non Eksekusi Sukarela Secara Online Tanpa Pejabat Lelang. *Notaire*, 5 (1), 155-178.
- Shobirin, K., Mailani, S., & Pamel, R. (2022), Strategi Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pangan di Kabupaten Tanah Datar. *Management Studies and Enterpreneurship Journal*, 3(4), 2589—2599.
- Sudiarto, H. (2021) . Pengantar Hukum Lelang Indonesia Edisi Pertama. Kencana. Jakarta.
- Tista, A. (2013). Perkembangan Sistem Lelang Di Indonesia. *Al' Adl*, 5 (10), 46-70.
- Tumpal, D. (2021). Perencanaan Pemasaran. Penerbitan Universitas Terbuka.
- Usman, R. (2017). Hukum Lelang. Sinar Grafika. Jakarta.