

**ANALISIS IMPLEMENTASI TEKNOLOGI SIM NGLARISI
TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DI KOTA
YOGYAKARTA**

LAPORAN MAGANG



Ditulis Oleh :

Nama : Chillia Zhafirah Putri Ramadhanti
Nomor Mahasiswa : 18311049
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA

2022

ANALISIS IMPLEMENTASI TEKNOLOGI SIM NGLARISI TERHADAP

PENGEMBANGAN UMKM DI KOTA YOGYAKARTA

LAPORAN MAGANG

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika,

Universitas Islam Indonesia



Ditulis Oleh :

Nama : Chillia Zhafirah Putri Ramadhanti

Nomor Mahasiswa : 18311049

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini menyatakan bahwa dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Mei 2022
Penulis,



Chillia Zhafirah Putri Ramadhanti

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN MAGANG

*ANALISIS IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM NGLARISI
DI KOTA YOGYAKARTA*

Nama : Chillia Zhafirah Putri Ramadhanti

Nomor Mahasiswa : 18311049

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 30 Mei 2022

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Siti Nursyamsiah, Dra., MM., CPM

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**ANALISIS IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TERHADAP
PENGEMBANGAN UMKM NGLARISI DI KOTA YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : **CHILLIA ZHAFIRAH PUTRI
RAMADHANTI**

Nomor Mahasiswa : **18311049**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Rabu, 06 Juli 2022

Penguji/ Pembimbing TA : Siti Nursyamsiah, Dra., M.M.



Penguji : Zulian Yamit, Drs., M.Si.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

ABSTRAK

Pemerintah Daerah Kota Yogyakarta berinovasi menyediakan layanan jual beli Bernama Nglarisi, dalam mengaksesnya dapat dilakukan melalui aplikasi atau website Jogja Smart Service (JSS). Nglarisi sendiri merupakan e-commerce yang menjual jamuan rapat di lingkungan pemerintah kota kepada penyedia Gandeng Gendong yang bergerak dibidang kuliner. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh penerapan teknologi terhadap pengembangan UMKM di kota Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan merupakan metode deskriptif kualitatif dan pengumpulan data melalui hasil observasi dan wawancara terhadap 10 UMKM yang tergabung dalam Nglarisi. Hasil penelitian menunjukan bahwa SIM Nglarisi berpengaruh terhadap pengembangan UMKM di kota Yogyakarta.

Kata Kunci : Teknologi, Inovasi Layanan

ABSTRACT

The Yogyakarta City Government innovates to provide a buying and selling service called Nglarisi, which access can be done through the Jogja Smart Service (JSS) application or website. Nglarisi itself is an e-commerce that sells meeting meals within the city government to Gandeng Gendong providers who are engaged in the culinary field. This study aims to identify the effect of the application of technology on the development of MSMEs in the city of Yogyakarta. The research method used is a qualitative descriptive method and data collection through observations and interviews with 10 MSMEs who are members of Nglarisi. The results showed that the Nglarisi SIM had an effect on the development of MSMEs in the city of Yogyakarta.

Keywords: *Technology, Service Innovation*



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

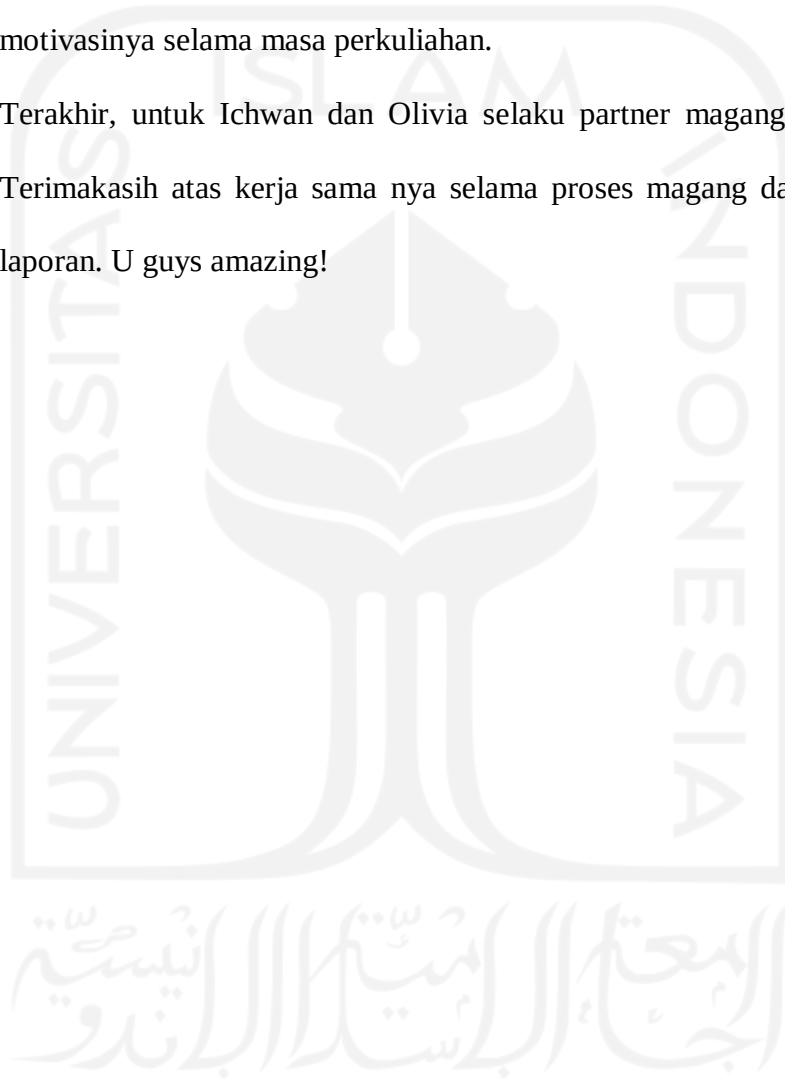
Alhamdulillahirabbilalamin segala puji dan syukur atas kehadiran Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya serta shalawat dan salam kita haturkan pada junjungan kita nabi Muhammad Saw sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul : **Analisis Implementasi Teknologi SIM Nglarisi Terhadap Pengembangan UMKM Di Kota Yogyakarta.**

Proses penelitian ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang maha pengasih dan penyayang yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar
2. Bapak Prof. Jaka Sriyana, SE., Msi., Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Anjar Priyono, SE., Msi., Ph.D selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Terimakasih banyak atas bantuan bapak dari awal pelaksanaan magang sudah berkenan direpotkan.

4. Ibu Siti Nursyamsiah, Dra., MM., CPM. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, pikiran, serta tenaganya untuk membimbing dan memberikan masukan kepada penulis. Semoga selalu diberkahi oleh Allah SWT, aamiin aamiin ya.
5. Dosen pengajar Prodi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti
6. Bapak Agus Haryono, S.T, M.T selaku ketua Bappeda kota Yogyakarta dan Bapak Sulistyo Handoko, S.E. selaku supervisor atau Pembina di Bappeda. Terimakasih telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bergabung di Bappeda selama 4 bulan.
7. Kedua orang tua penulis, terima kasih untuk doa serta dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
8. Alm nenek tercinta, Dra. Sutarsih. Terimakasih atas support dan motivasi yang diberikan di setiap jenjang pendidikan penulis.
9. Untuk diri sendiri, Chilia Zhafirah Putri Ramadhanti. Terima kasih banyak sudah bertahan dalam kondisi apapun dan sudah berhasil melangkah sejauh ini.
10. Edwin Leo, selaku partner dalam segala hal. Terimakasih banyak selalu menemani dan memberikan semangat kepada penulis dalam kondisi suka dan duka dalam proses magang sampai pengerjaan laporan.
11. Sahabat tercinta penulis dari bangku SMP, Pindha, Azizah dan Avis. Terima kasih selalu meluangkan waktunya untuk menemani healing.

12. Sahabat tercinta penulis di bangku SMA, Chatya dan Astisaa. Terimakasih banyak sudah membantu menyelesaikan drama di masa perkuliahan ini.
13. Sahabat tercinta penulis di bangku kuliah, Ajeng, Calvin, Raisa, Fara, Syifa, Della, Dhea, dan Shafira terima kasih untuk bantuan, dukungan, serta motivasinya selama masa perkuliahan.
14. Terakhir, untuk Ichwan dan Olivia selaku partner magang di Bappeda. Terimakasih atas kerja sama nya selama proses magang dan pengerjaan laporan. U guys amazing!



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN MAGANG.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.2 Visi dan Misi Bappeda	2
1.3 Strategi BAPPEDA	2
1.4 Fungsi BAPPEDA	3
1.5 Struktur Organisasi Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kota Yogyakarta.....	5
1.6 Latar Belakang Masalah.....	6
1.7 Rumusan Masalah.....	10
1.8 Tujuan Magang	10
1.9 Manfaat Magang	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Manajemen Inovasi	13
2.1.1 Pengertian Manajemen Inovasi	13
2.1.2 Tujuan Manajemen Inovasi	14
2.1.3 Manfaat Manajemen Inovasi	16
2.1.4 Strategi inovasi	17
2.2 Teknologi	18
2.2.1 Teknologi sebagai Media Pemasaran.....	18
2.2.2 Faktor Pendorong Teknologi Informasi	19
2.2.3 Hambatan Dalam Penggunaan Teknologi Informasi	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Pendekatan Penelitian.....	23

3.2 Teknik Pengumpulan Data	25
3.3 Unit Analisis	26
BAB IV PEMBAHASAN.....	27
4.1 Deskripsi Hasil Observasi Terhadap SIM Nglarisi	29
4.2 Syarat Penyedia dalam aplikasi Nglarisi	29
4.3 Cara Mendaftar Nglarisi.....	30
4.4 Kualifikasi UMKM Nglarisi berdasarkan identitas	27
4.5 Deskripsi Problematika UMKM Nglarisi Dalam Penggunaan SIM Nglarisi	32
4.5.1 Fitur Review Produk Pada SIM Nglarisi.....	32
4.5.2 Inovasi Tampilan SIM Nglarisi.....	33
4.5.3 Keterlambatan Notifikasi Pesanan Masuk	37
4.5.4 Penambahan Target Konsumen	37
4.5.5 Fitur Upload Foto Produk	38
4.5.6 SIM Nglarisi Mudah Diakses	39
4.5.7 Terakhir SIM Nglarisi dibuka	40
4.5.8 Pengaruh SIM Nglarisi Terhadap Perkembangan Usaha	42
4.5.9 Pengaruh SIM Nglarisi Terhadap Perkembangan Omzet Usaha.....	44
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	46
5.1 KESIMPULAN	46
5.2 REKOMENDASI.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Data UMKM Nglarisi.....	30
Table 4.5.7 Terakhir SIM Nglarisi dibuka.....	42
Table 4.5.8 Pengaruh SIM Nglarisi Terhadap Perkembangan Usaha.....	43
Table 4.5.9 Pengaruh SIM Nglarisi Terhadap Perkembangan omzet usaha.....	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Sumber.....	21
Gambar 4.3.1 Alur Pendaftaran Nglarisi.....	29
Gambar 4.3.2 Tampilan Log In pada Website Jogja Smart Service.....	29
Gambar 4.3.3 Beranda Nglarisi.....	30
Gambar 4.5.1 Fitur <i>Rating</i> dan <i>Review</i>	33
Gambar 4.5.2 Grafik Persentase Inovasi.....	36



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Profil Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kota Yogyakarta

Kota Yogyakarta merupakan ibukota Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang terletak di antara 110°24'19"-110°28'53" Bujur Timur dan antara 07°15'24"-07°49'26" Lintang Selatan. Kota Yogyakarta dibangun pada tahun 1755, bersamaan dengan dibangunnya Kerajaan Ngayogyakarta Hadiningrat oleh Sri Sultan Hamengku Buwono I di Hutan Beringin, diantara sungai Winongo dan sungai Code. Setahun kemudian, bertepatan dengan dibangunnya Istana Kerajaan atau Kraton, berdirilah Kota Yogyakarta atau dengan nama utuhnya ialah Negari Ngayogyakarta Hadiningrat. Tanggal tersebut ditetapkan menjadi hari jadi Kota Yogyakarta yaitu tanggal 7 Oktober 1756.

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) merupakan instansi teknis daerah di bidang perencanaan pembangunan daerah yang dipimpin oleh direktur serta bertanggung jawab kepada walikota melalui sekretaris daerah. Tugas utama badan tersebut adalah membantu walikota dalam menyelenggarakan pemerintahan daerah di bidang perencanaan pembangunan daerah, Adapun tugas lain dari Bappeda yaitu melaksanakan fungsi penunjang penyelenggaraan urusan pemerintahan bidang penelitian, dan pengembangan. Adapun tujuan serta sasaran dari Badan Perencanaan Pembangunan Daerah yaitu Mewujudkan Perencanaan

Pembangunan Daerah yang lebih Berkualitas serta Kinerja Perencanaan Pembangunan Daerah Meningkat.

1.2 Visi dan Misi Bappeda

Visi

“Meneguhkan Kota Yogyakarta Sebagai Kota Nyaman Huni Dan Pusat Pelayanan Jasa Yang Berdaya Saing Kuat Untuk Keberdayaan Masyarakat Dengan Berpijak Pada Nilai Keistimewaan”

Misi

Dalam rangka pencapaian visi, maka disusun misi sebagai berikut :

1. Meningkatkan kesejahteraan dan keberdayaan masyarakat
2. Memperkuat ekonomi kerakyatan dan daya saing Kota Yogyakarta
3. Memperkuat moral, etika dan budaya masyarakat Kota Yogyakarta
4. Meningkatkan kualitas pendidikan, kesehatan, sosial dan budaya
5. Memperkuat tata kota dan kelestarian lingkungan
6. Membangun sarana prasarana publik dan permukiman
7. Meningkatkan tatakelola pemerintah yang baik dan bersih

1.3 Strategi BAPPEDA

Untuk mencapai maksud dan tujuan dari rencana dan kegiatan tersebut, telah dilaksanakannya strategi dari instansi yang bersangkutan, yakni :

1. Peningkatan perencanaan dan pengendalian bidang ekonomi

2. Peningkatan perencanaan dan pengendalian bidang fisik
3. Peningkatan perencanaan dan pengendalian bidang sosial
4. Peningkatan perencanaan dan pengendalian pembangunan daerah
5. Peningkatan penelitian dan pengembangan untuk mendorong inovasi daerah

1.4 Fungsi BAPPEDA

Untuk melaksanakan tugas-tugas tersebut, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Yogyakarta memiliki fungsi yaitu :

1. Pengoordinasian perencanaan penyelenggaraan di bidang perencanaan pembangunan daerah, penelitian, dan pengembangan
2. Pengoordinasian dan perumusan kebijakan teknis terkait perencanaan pembangunan daerah, penelitian, dan pengembangan
3. Pengoordinasian tugas dan fungsi unsur organisasi badan
4. Pengoordinasian penyelenggaraan penelitian, pengembangan inovasi, dan pengendalian pembangunan daerah
5. Pengoordinasian penyelenggaraan perencanaan pembangunan daerah
6. Pengoordinasian penyelenggaraan fasilitasi dan pembinaan perencanaan pembangunan daerah di bidang pemerintahan dan pembangunan manusia
7. Pengoordinasian penyelenggaraan fasilitasi dan pembinaan perencanaan pembangunan daerah di bidang perekonomian;
8. Pengoordinasian penyelenggaraan fasilitasi dan pembinaan perencanaan pembangunan daerah di bidang infrastruktur dan pengembangan wilayah;

9. Pengoordinasian perencanaan dan pengendalian penyelenggaraan program kegiatan keistimewaan
10. Penyelenggaraan koordinasi, sinkronisasi dan fasilitasi penyusunan perjanjian kinerja.
11. Penyelenggaraan evaluasi dan pengukuran capaian kinerja pembangunan daerah;
12. Penyelenggaraan penyusunan laporan akuntabilitas kinerja instansi pemerintah pada pemerintah daerah;
13. Penyelenggaraan pemberian rekomendasi perizinan kuliah kerja nyata;
14. Pengoordinasian pelaksanaan kegiatan kesekretariatan badan;
15. Pembinaan dan pengoordinasian penyelenggaraan tugas dan fungsi kelompok jabatan fungsional pada badan;
16. Pengoordinasian pengelolaan data dan informasi badan;
17. Pengoordinasian penyelenggaraan pengelolaan kearsipan dan perpustakaan badan;
18. Pengoordinasian pelaksanaan reformasi birokrasi, sistem pengendalian internal pemerintah, zona integritas, ketatalaksanaan, dan budaya pemerintahan badan;
19. Pengoordinasian tindak lanjut laporan hasil pemeriksaan badan;
20. Pengoordinasian pelaksanaan pemantauan, pengendalian, evaluasi, dan penyusunan laporan pelaksanaan tugas badan; dan
21. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan bidang tugas badan.

1.5 Struktur Organisasi Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kota Yogyakarta

Untuk menjalankan fungsi tersebut, Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kota Yogyakarta memiliki 5 bidang, yaitu :

1. Bidang Perencanaan dan Pembangunan Daerah
 - a. Sub Bidang Perencanaan Pendanaan APBD
 - b. Sub Bidang Perencanaan Pendanaan Keistimewaan dan Non APBD
 - c. Sub Bidang Analisa data Pembangunan
2. Bidang Insfrastruktur dan Pengembangan Wilayah
 - a. Sub Bidang Lingkungan Hidup dan Tata Ruang
 - b. Sub Bidang Pekerjaan Umum dan Perhubungan
 - c. Sub Bidang Pekerjaan Umum dan Perhubungan
 - d. Sub Bidang Permukiman dan Pengembangan Wilayah
3. Bidang Penelitian Pengembangan Inovasi dan Pengendalian
 - a. Sub. Bidang Penelitian dan Pengembangan
 - b. Sub Bidang Inovasi Daerah
 - c. Sub bisang Pengendalian Pembangunan Daerah
4. Bidang Pemerintahan dan Pembangunan Manusia
 - a. Sub Bidang Kesejahteraan Rakyat
 - b. Sub Bidang Pemerintahan
 - c. Sub bidang Pembangunan Manusia
5. Bidang Perekonomian

- a. Sub Bidang Ekonomi dan Keuangan Daerah
- b. Sub Bidang Pengembangan Dunia Usaha
- c. Sub Bidang Pariwisata dan Kebudayaan

Pembentukan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah didasarkan pada pertimbangan sebagai berikut:

Dalam rangka mendorong keserasian pembangunan daerah, maka perlu penguatan koordinasi pembangunan departemen dan pembangunan daerah. Dalam rangka upaya untuk menjamin kecepatan pembangunan, keseimbangan, dan keberlanjutan pembangunan daerah, diperlukan perencanaan yang lebih komprehensif, tepat sasaran, dan terarah.

1.6 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan teknologi informasi sangat penting, karena dapat menyajikan informasi dengan cepat dan mudah. Hal ini menjadi pemicu bagi para pelaku usaha untuk mulai memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mendongkrak usahanya. Teknologi mengacu pada pengembangan dan penerapan berbagai perangkat atau sistem untuk memecahkan masalah yang dihadapi manusia, maka informasi dapat diartikan sebagai berita, yang berarti manusia memiliki pengetahuan dan pengalaman yang selalu mereka inginkan berbagi dengan orang lain. Pertukaran pengalaman atau pengetahuan bagi orang lain, merupakan pesan atau informasi. Jadi, pesan atau Informasi tersebut membutuhkan

kehadiran pihak lain. Kata komunikasi berasal dari Latin *Communicare* berarti berbagi atau menyampaikan berita.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa konsep teknologi informasi adalah prosedur atau sistem yang digunakan oleh masyarakat untuk menyampaikan berbagai macam informasi. Kemajuan teknologi juga diiringi oleh perkembangan kualitas manusia dalam menciptakan berbagai teknologi-teknologi canggih yang sangat berpengaruh bagi kehidupan.

Mengingat urgensi UMKM terhadap stabilitas perekonomian Indonesia. Usaha kecil, menengah dan mikro merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia, dapat dikatakan sebagai sumber utama pendapatan nasional, dapat menciptakan banyak wirausahawan serta menciptakan banyak lapangan kerja, dan menjadi sektor komersial bertujuan untuk memberikan kontribusi terbesar bagi pembangunan nasional.

Berbagai sektor memanfaatkan perkembangan teknologi ini untuk membantu aktivitas mereka. Terdapat keunggulan teknis yang harus dipahami dalam menggunakan teknologi, yaitu dapat dengan mudah dioperasikan, dapat digunakan oleh berbagai kalangan, dapat digunakan untuk meningkatkan kesempatan kerja, dan dapat membantu serta memajukan aktivitas manusia.

Sektor UMKM dinilai dapat menyerap SDM yang cukup untuk menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan memberikan kesempatan untuk meningkatkan daya saing nasional maupun internasional. Hal inilah yang menjadi pendorong pelaku usaha agar memanfaatkan perkembangan teknologi informasi untuk menggenjot bisnisnya, terutama pada sektor mikro kecil dan menengah. Hal

ini memudahkan UMKM untuk menyimpan, mengolah serta mendistribusikan informasi yang ada (Asril Bassry, 2018). Dengan bantuan teknologi informasi, UMKM dapat memperluas pangsa pasar produk mereka. Namun, saat ini banyak UMKM yang belum memanfaatkan teknologi informasi secara maksimal. Persaingan usaha yang ketat terutama dalam hal cakupan pasar menjadi tantangan berat bagi UKM untuk tetap mempertahankan kelangsungan usahanya. UMKM harus bersaing untuk mengkomunikasikan informasi produknya agar dapat memasuki pasar yang lebih luas

Di Indonesia, sebagian besar UMKM melakukan bisnis dengan cara tradisional, termasuk produksi dan pemasaran. Berdasarkan survei terhadap UMKM di Yogyakarta oleh Indarti (2007). Alasan UMKM tidak menggunakan teknologi adalah karena merasa tidak perlu (82,2%), keterbatasan dukungan finansial (41,1%) dan tidak memiliki keahlian untuk menggunakan teknologi (4,1%).

Terciptanya layanan e-commerce, membuat konsumen mudah dalam mengakses serta melakukan pesanan dari berbagai tempat, sehingga segala layanan yang dibutuhkan para konsumen dapat terpenuhi. Oleh karena itu, Pemerintah kota Yogyakarta memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat kota Yogyakarta seperti penciptaan aplikasi layanan masyarakat yang digunakan pemerintah kota Yogyakarta untuk memudahkan masyarakatnya memperoleh informasi tentang tatanan kota Yogyakarta.

Layanan publik berbasis digital yang menjadi tujuan Pemerintah Kota Yogyakarta hadir dalam bentuk e-government. Berbagai gerakan menuju e-

government telah dilakukan, baik dalam skala mikro maupun makro. *E-government* juga menyentuh berbagai sektor, baik penyelenggaraan manajerial dan tata kelola pemerintahan, maupun pelayanan publik. Adanya Pemanfaatan (TIK) teknologi informasi dan komunikasi pada pemerintahan dinilai dapat membantu meningkatkan fungsi dan manajemen tata Kelola pemerintahan sehingga nantinya dapat memudahkan pengguna informasi dalam mengakses berbagai informasi terkait pemerintahan.

Layanan *e-government* tidak akan berhasil tanpa adanya andil dari Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian kota Yogyakarta yang berhasil menciptakan serta mensosialisasikannya kepada masyarakat. Pemerintah kota Yogyakarta memiliki 6 Program Unggulan *Smart City* 2021 salah satunya *Smart governance* bernama *Jogja smart service*. JSS ini merupakan sebuah aplikasi terpadu untuk akses layanan pemerintah kota Yogyakarta dengan konsep *single ID*, *Single Windows* dan *Single Sign-On*. Sejak Launching 7 Juni 2018, JSS telah digunakan oleh 82.355 lebih pengguna, (49.394 warga kota Yogyakarta, 32.961 warga non kota Yogyakarta). Melalui *Jogja Smart Service* pemerintah kota Yogyakarta yang bernama *Jogja Smart Service*.

Setelah berhasil membangun sebuah *e-government* yang disebut JSS, Pemerintah kota Yogyakarta membentuk sebuah aplikasi kelompok SIM bernama “NGLARISI” yang diluncurkan pada 27 Juni 2019. Nglarisi sendiri merupakan e-commerce yang menjual jamuan rapat di lingkungan pemerintah kota kepada penyedia Gandeng Gendong yang bergerak dibidang kuliner. Gerakan Gandeng Gendong ini merupakan pemberdayaan terpadu dalam mengentaskan

kemiskinan serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Tujuan dibentuknya Nglarisi bertujuan untuk membantu pengentasan kemiskinan dengan melakukan pemberdayaan masyarakat terutama pada anggota KMS (Kartu Menuju Sejahtera) di kota Yogyakarta. SIM Nglarisi merupakan bagian dari inovasi pemerintah kota sebagai teknologi penyedia kebutuhan berupa makanan dan minuman untuk kepentingan ASN (Aparat sipil negara) / PNS. Dengan diluncurkannya aplikasi ini diharap untuk memudahkan para penyedia jasa kuliner di Kota Yogyakarta untuk lebih semangat dalam memasarkan serta mempromosikan

1.7 Rumusan Masalah

Diera modern saat ini, e-commerce berperan penting dalam memasarkan produk secara lebih efektif. Melalui aplikasi Nglarisi pemerintah kota Yogyakarta berinisiatif mengentas kemiskinan yang ada di wilayah kota Yogyakarta dengan mengajak warga daerah perkotaan untuk mendaftarkan umkm nya (khususnya yang memiliki KMS) dalam kelompok Nglarisi. Oleh karena itu, melalui aplikasi Nglarisi penulis melakukan analisis bagaimana Implementasi SIM Nglarisi Terhadap Pengembangan UMKM di Kota Yogyakarta

1.8 Tujuan Magang

Mengacu pada kurikulum program studi Manajemen di Universitas Islam Indonesia, mahasiswa harus melakukan kerja lapangan/penelitian dengan menemukan dan mengamati fakta lapangan yang dilaksanakan sebagai tugas akhir

mahasiswa. Adapun tujuan yang diperoleh melalui pelaksanaan penelitian ini adalah

A. Tujuan umum kegiatan magang di Bappeda

1. Memperkuat keterampilan kerja mahasiswa dan Mengimplementasikan ide serta ilmu yang telah diperoleh diperkuliahan.
2. Mempersiapkan diri dalam memasuki dunia kerja lebih cepat dan profesional.
3. Memperoleh pengalaman kerja yang menjadi nilai tambah (added value) bagi mahasiswa.

B. Tujuan khusus kegiatan magang di Bappeda

1. Untuk mengetahui pengaruh implementasi inovasi pada sistem aplikasi Nglarisi.
2. Untuk mengetahui / menguji keefektivitas sistem aplikasi Nglarisi pada pengembangan umkm di kota Yogyakarta.

1.9 Manfaat Magang

A. Secara teoritis

Melalui penelitian ini, mahasiswa diharapkan dapat mempelajari dan menerapkan pembelajaran terkait manajemen inovasi dalam system teknologi Nglarisi.

B. Bagi perusahaan

Melalui penelitian ini, diharapkan Bappeda dapat mempertimbangkan strategi yang ada atau akan menerapkan strategi inovasi dengan memperhatikan faktor inovasi layanan dan penerapan teknologi inovatif agar dapat meningkatkan kinerja operasional.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen Inovasi

Manajemen inovasi sangat berperan penting dalam pengembangan perusahaan dan pertumbuhan persaingan perusahaan. Perusahaan sangat membutuhkan inovasi dalam mengatur ide-ide kreativitas agar perusahaan sendiri dapat bersaing serta bertahan karena kebutuhan masyarakat yang terus berkembang. Disamping itu, inovasi juga berperan untuk keunggulan suatu perusahaan.

2.1.1 Pengertian Manajemen Inovasi

Proses pengelolaan inovasi dalam suatu perusahaan atau organisasi dapat dimanfaatkan untuk kepentingan perusahaan. Dengan melakukan inovasi, perusahaan dapat menyusun ide-ide secara sistematis dan terstruktur agar nantinya tidak terjadi penyimpangan. Perusahaan juga dapat melakukan peningkatan atau perbaikan terhadap sumber daya yang ada atau melakukan modifikasi menjadi sesuatu yang lebih bernilai dan menciptakan hal hal baru menjadi yang lebih baik.

Definisi Inovasi menurut para ahli :

- Everett M. Rogers

Definisi Inovasi adalah ide, gagasan, praktik atau objek/objek yang direalisasikan serta diterima sebagai sesuatu yang baru untuk diadopsi oleh individu atau kelompok.

- Stephen Robbins

Inovasi adalah ide baru yang digunakan untuk memulai atau meningkatkan produk atau proses dan layanan

- Van de Ven, Andrew H

Inovasi merupakan pengembangan serta pengimplementasi gagasan baru oleh orang dimana jangka waktu tertentu melakukan transaksi dalam suatu organisasi.

- Kuniyoshi Urabe

Inovasi tidak hanya sekedar kegiatan satu kali pukul (one time phenomenon) melainkan suatu proses panjang dan kumulatif yang meliputi berbagai proses pengambilan keputusan oleh organisasi mulai dari penemuan gagasan sampai implementasi pasar.

2.1.2 Tujuan Manajemen Inovasi

Tujuan utama manajemen inovasi adalah untuk perbaikan suatu hal yang sebelumnya telah ada.

- Peningkatan produktivitas

Tujuan awal dari inovasi ialah meningkatkan produktivitas. Karena, dengan melakukan penerapan manajemen inovasi kita dapat melakukan berbagai hal sehingga nantinya dapat menghasilkan output dengan waktu yang minimal.

- Peningkatan efisiensi dalam melakukan pekerjaan

Inovasi berperan dalam peningkatan efisiensi. Jika efisiensi dalam pekerjaan tinggi, maka output yang diperoleh pun semakin banyak tanpa biaya yang berlebih.

- Menghemat waktu

Jika menjalankan manajemen inovasi dengan benar, maka dapat memudahkan dalam mengendalikan berbagai hal sehingga dapat menciptakan waktu bekerja secara efektif dan efisien.

- Peningkatan kualitas produk dan layanan

Inovasi sangat dibutuhkan dalam membantu pekerjaan dalam mengendalikan berbagai hal dengan waktu yang lebih efektif dan efisien

- Kepuasan pelanggan

Jika kepuasan pelanggan terpenuhi, maka pelanggan dapat merasakan kualitas produk serta layanan dan mendapatkan pengalaman baik, sehingga nantinya dapat memudahkan suatu bisnis dalam menciptakan citra yang baik.

- Peningkatan kinerja

Selanjutnya inovasi bertujuan dalam meningkatkan kinerja karyawan dalam setiap pekerjaan yang dilakukan, jika manajemen inovasi diterapkan dengan baik maka karyawan dapat menyelesaikan pekerjaan dengan tepat .

- Dapat mengurangi risiko
Meminimalisir risiko bisnis yang sering terjadi.
- Usaha yang semakin kompetitif
Dengan menerapkan konsep manajemen inovasi secara tepat, bisnis yang dijalankan akan semakin kompetitif.
- Menjamin keberlanjutan hidup
Berpengaruh untuk keberlanjutan hidup dimasa yang akan datang
- Mengembangkan wawasan
Semakin berkembangnya manajemen inovasi yang diterapkan, akan berkembang pula ilmu pengetahuan yang kita miliki.

2.1.3 Manfaat Manajemen Inovasi

Manajemen inovasi membantu perusahaan memahami dan memanfaatkan peluang untuk memperkenalkan kreativitas baru, proses industri, dan produk/layanan.. Dengan mengimplementasikan manajemen inovasi dalam perusahaan, maka perusahaan sendiri dapat memicu serta menyebarkan kemampuan kreatif dan melakukan inovasi dalam layanan atau proses bisnis itu sendiri.

2.1.4 Strategi inovasi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategia* (*stratos* : militer dan *ag* : memimpin), yang berarti seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi merupakan penempatan misi dari sebuah perusahaan, penempatan sasaran perusahaan Dengan menggabungkan kekuatan eksternal dan internal, kebijakan dan strategi khusus dikembangkan untuk mencapai tujuan dan memastikan implementasi yang tepat. Dengan begitu, tujuan utama perusahaan akan tercapai.

Strategi dibagi dengan 3 jenis, yaitu

a. Strategi penetrasi pasar

Penetrasi pasar atau *market penetration* adalah usaha perusahaan dalam meningkatkan jumlah dan kualitas pelanggan melalui promosi dan distribusi aktif.

b. Strategi pengembangan produk/layanan

Strategi pengembangan produk merupakan upaya perusahaan untuk meningkatkan jumlah konsumen dengan mengembangkan atau meluncurkan produk/jasa baru perusahaan. Inovasi dan kreativitas dalam pembuatan produk/jasa menjadi salah satu kunci utama strategi ini. Perusahaan selalu bekerja keras untuk memperbarui atau memperkenalkan produk baru kepada konsumen.

c. Strategi pengembangan pasar

Produk memasuki pasar baru dengan membuka atau membangun cabang baru yang dianggap cukup strategis atau bekerjasama dengan pihak lain
Lainnya adalah untuk menarik konsumen baru.

2.2 Teknologi

Teknologi digital telah berkembang pesat dan pada era modern ini akses ke perangkat digital dan internet sudah otomatis karena kemampuan digital yang tersedia telah sepenuhnya mengubah cara orang berkomunikasi dan berinteraksi. Teknologi Informasi menurut Richard Weiner dalam Webster's New Word Dictionary and Communication disebutkan bahwa Teknologi Informasi adalah pemrosesan, pengolahan, dan penyebaran data oleh kombinasi computer dan telekomunikasi. Disamping itu terdapat istilah komersialisasi digital yaitu, sarana digital menggunakan teknologi digital yang berfungsi untuk memasarkan atau mempromosikan produk dan layanan kepada pelanggan dalam bentuk media internet, *advertising* (iklan bergambar), serta telepon seluler. Pengenalan pemasaran digital menjadi lebih umum karena platform digital dimasukkan ke dalam rencana pemasaran organisasi yang ingin memasarkan produk mereka (Phani Bhaskar dan Prasanna Kumar, 2017).

2.2.1 Teknologi sebagai Media Pemasaran

Penggunaan teknologi di berbagai negara seperti China, Jepang dan India telah berhasil mengembangkan pemanfaatan teknologi informasi (TI) untuk membantu memasarkan produk UMKM. Bahkan Konfederasi Industri India (CII) telah berhasil menerbitkan temuan yang menjelaskan peran Teknologi Informasi (TI)

dalam membantu keuntungan sektor UMKM di India. (Nofie, 2007). Pada saat yang sama, China menggunakan teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing penjualan produk UKM. Pemasaran sosial dan digital menghadirkan peluang signifikan bagi organisasi dengan mengurangi biaya, meningkatkan kesadaran merek, dan meningkatkan penjualan (Dwivedi et al., 2021). Artinya keberadaan teknologi informasi berpotensi membantu organisasi bisnis atau UKM mendukung riset pasar dan pemasaran global. Namun, disisi lain terdapat kekhawatiran tentang kemampuan UKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Bukti empiris menunjukkan bahwa UKM tidak dilengkapi dengan alat atau fasilitas untuk mendapatkan keuntungan atau manfaat dari penggunaan teknologi baru.

Munculnya perdagangan berbasis e-commerce telah memberikan banyak peluang bagi organisasi bisnis untuk mempublikasikan jumlah konsumen, menjelajahi pasar baru, dan merasionalisasi bisnis. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan organisasi atau pengusaha untuk menerapkan Internet, yaitu tingkat kesiapan penggunaan teknologi. Kesiapan teknis organisasi atau pengusaha tetap moderat. Dari *background* tersebut, terlihat bagaimana perbedaan yang signifikan pada tingkat kesiapan teknis.

2.2.2 Faktor Pendorong Teknologi Informasi

Indikator yang terdapat pada faktor teknologi penelitian ini menpengadopsi dari beberapa sumber penelitian terdahulu yaitu (Ilin, Ivetić and Simić, 2017), (Hanum and Sinarasri, 2017), (Hussein et al., 2020), (Hadi Putra and Santoso, 2020),

(Susanty, Handoko and Puspitasari, 2020), (Rawash, 2021), (Setiyani and Yeny Rostiani, 2021), (Wahid and Zulkifli, 2021):

a. Perceived Benefit yaitu sejauh mana tingkat penerimaan serta kemungkinan manfaat yang dirasakan atas pemanfaatan teknologi bagi organisasi.

b. Compatibility yaitu sejauh mana pemanfaatan teknologi dalam mengadopsi perdagangan elektronik

sesuai dengan budaya, technology infrastructure, dan pelaksanaan kinerja organisasi.

c. Cost yaitu seberapa besar biaya yang digunakan dalam pemanfaatan teknologi atas adopsi e-commerce yang berpengaruh pada pemanfaatan teknologi e-commerce.

Kemudian, terdapat faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi informasi oleh pelaku UMKM. Menurut penelitian (Ghobakhloo et al. 2011), faktor-faktor tersebut meliputi faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi keputusan pelaku UMKM dalam adopsi TI, adanya anggaran pengembangan TI, sumber daya manusia UMKM di sektor ICT, dan keselarasan dengan kebutuhan dan budaya/karakteristik UMKM itu sendiri. Di sisi lain, faktor eksternal yang mempengaruhi adopsi TI UMKM meliputi lingkungan persaingan (persaingan dengan UMKM lain), pemerintah, pelanggan dan pemasok, serta konsultan dan pemasok TI.

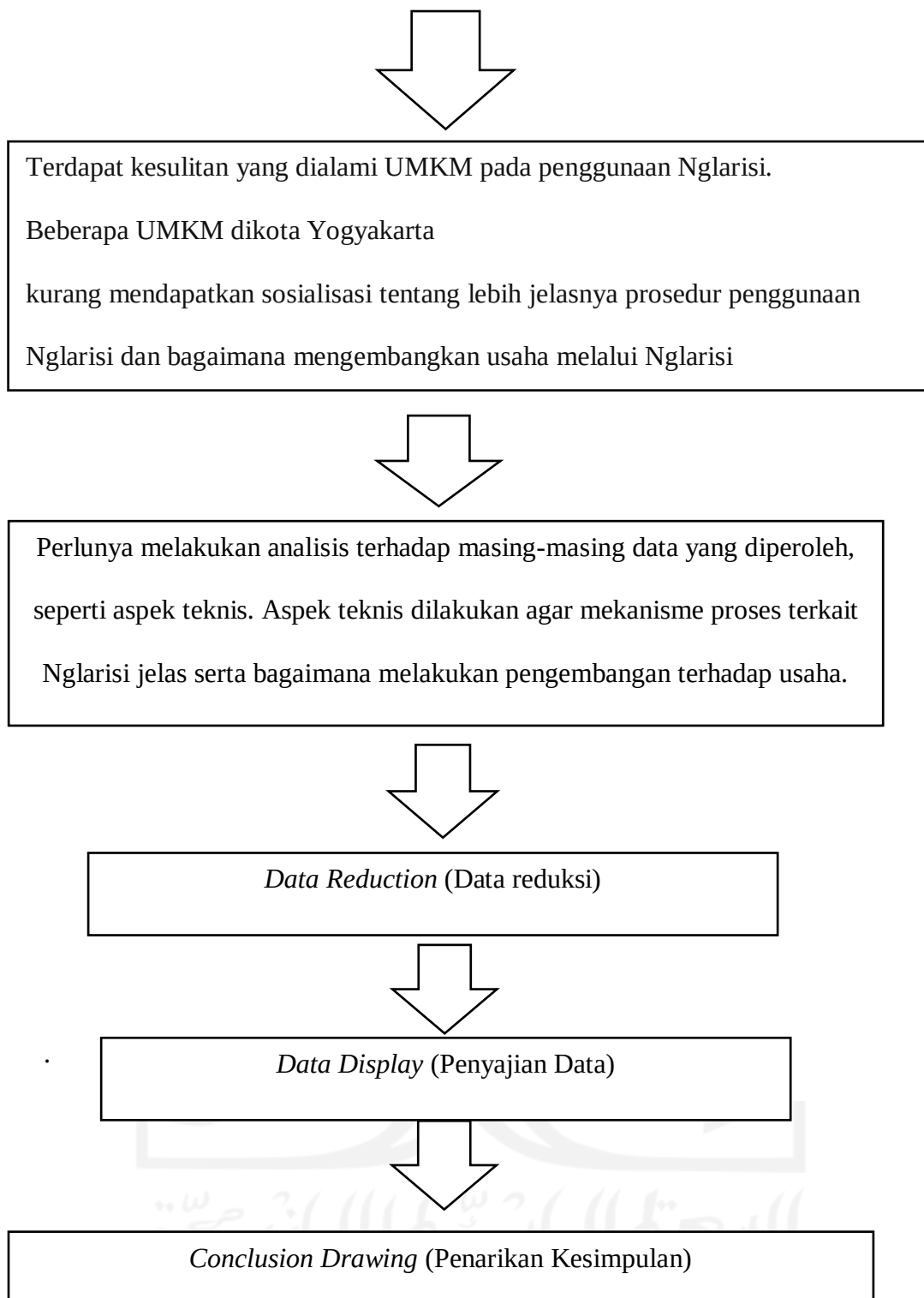
2.2.3 Hambatan Dalam Penggunaan Teknologi Informasi

Hambatan pemanfaatan teknologi informasi oleh UKM terbagi menjadi dua jenis, yaitu hambatan internal dan hambatan eksternal (Apulu et al., 2011; Awa et al., 2011). hambatan internal umumnya mencakup budaya organisasi, kurangnya sikap *aware* manajer terhadap teknologi informasi, serta taraf pelatihan bagi UMKM sedangkan hambatan eksternal mencakup kurangnya infrastruktur dan modal yang terbatas. Lalu, hasil penelitian yang sudah dilakukan para peneliti terdahulu mendapati berbagai hambatan yang dihadapi sang pelaku UMKM dalam pemanfaatan e-commerce yaitu kendala koneksi serta jaringan (Govindaraju & Chandra, 2012) sedangkan (Yen Yen Maryeni, 2014) diimplementasikan oleh berbagai UMKM, perencanaan IT tahap awal, user TI *skill dan management support*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Rahayu dan Day, 2015) bahwasanya, manfaat yang didapat, kesiapan teknologi, inovasi pemilik/UMKM, kemampuan penggunaan teknologi informasi serta pengalaman IT pemilik/UMKM merupakan factor penentu yang mempengaruhi UMKM dalam penggunaan *e-commerce*.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini bertujuan untuk mengetahui garis besar dari penelitian yang sudah dilakukan. Kerangka pemikiran dari penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

Maraknya marketplace di Indonesia menyebabkan daya saing UMKM menurun. sang sebab itu, Pemkot Yogyakarta berinisiatif menciptakan marketplace berbasis web untuk UMKM pada wilayah kota Yogyakarta yang dinamakan Nglarisi



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Sumber : Cohen (1999)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Untuk mengetahui hasil penelitian tentang SIM Nglarisi, pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sehingga tidak menggunakan istilah sampel dan populasi, tetapi melihat situasi sosial dan mengumpulkan informasi dari informan yang ada (Sugiyono, 2009). Informan pada penelitian ini merupakan pelaku UMKM aktif di kota Yogyakarta yang telah bergabung dalam SIM Nglarisi yang telah dibuat oleh pemerintah kota Yogyakarta. Menurut Moleong senada dengan Bogdan dan Taylor (1975) Penelitian kualitatif merupakan metodologi yang dimanfaatkan pada prosedur penelitian yang membentuk data deskriptif. Data deskriptif adalah data yang ditulis dengan menggunakan istilah-kata secara mendetail.

Pendekatan penelitian kualitatif lebih menitikberatkan pada penulisan kata-kata daripada menggunakan angka, sehingga kualitatif merupakan kebalikan dari kuantitatif. Penelitian kuantitatif berfokus pada angka-angka, sedangkan penelitian kualitatif lebih berfokus pada penggalan persepsi atau pengalaman, sehingga bersifat subjektif.

Pendekatan penelitian kualitatif, lebih menekankan proses melakukan penelitian itu sendiri daripada hasil. Penelitian kualitatif tidak menggeneralisasi, namun menafsirkan pemahaman ideografis.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus dan penelitian ini bersifat deskriptif. Menurut Stake (dalam Denzin & Lincoln, 1994:236-238) studi kasus dirancang untuk memaksimalkan pemahaman kasus yang diteliti daripada generalisasi, dan kasusnya bisa kompleks atau sederhana, dan waktu studi bisa pendek atau panjang, tergantung pada waktu pemahaman. Sementara itu, menurut Roberts K Yin (2008), studi kasus digunakan sebagai penjelasan yang komprehensif dari berbagai aspek seseorang, kelompok, organisasi, prosedur, atau situasi sosial yang dipelajari, dicoba, dan dipelajari sedalam mungkin.

Studi kasus merupakan metode penelitian yang cocok digunakan dalam penelitian ini karena memiliki keunggulan dalam memberikan informasi penting tentang bagaimana variabel terkait dan menyajikan temuan data yang sangat berguna dalam menetapkan konteks masalah.

Data studi kasus tersedia dari semua pihak yang terlibat, dengan kata lain, studi ini dikumpulkan dari berbagai sumber. Di sisi lain, metode penelitian ini juga memiliki kelemahan, yaitu semakin kompleks suatu kasus, semakin sulit untuk dianalisis.

Dengan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif metode studi kasus pada penelitian ini bertujuan untuk mengadakan interpretasi dan diagnose tentang tingkah laku individu sesuai dengan kasus yang terjadi dan peneliti dapat memahami fenomena tentang planning pelaksanaan serta evaluasi dari pihak internal SIM Nglarisi

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat 2 teknik pengambilan data pada penelitian ini, yaitu :

1. Observasi

Suatu metode pengumpulan data melalui pengamatan yang cermat atau tinjauan langsung pada suatu lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau untuk menjustifikasi rancangan suatu penelitian yang sedang berlangsung. Kegiatan observasi adalah pengolahan objek untuk tujuan merasakan dan kemudian memahami pengetahuan tentang fenomena berdasarkan pengetahuan dan ide-ide yang diketahui sebelumnya untuk memperoleh informasi yang diperlukan dan melakukan proses penyelidikan.

Dengan mengamati, peneliti akan memperoleh banyak manfaat, seperti:

- Pengamatan dapat dikonfirmasi dengan hasil penelitian.
- Deskripsi dari observasi dapat menjelaskan atau memprediksi dunia nyata.
- Membiarkan orang lain menginterpretasikan temuan dan bagaimana menginterpretasikannya.
- Pengamatan menjelaskan peristiwa, menguji kualitas, dan mengarah pada spekulasi nyata tentang peristiwa.
- Observasi dapat merekam tanda-tanda yang terkadang tidak benar.
- Proses observasi dapat merekam kondisi yang tidak dapat diterapkan pada eksperimen.
- Peristiwa dapat direkam dalam urutan kronologis, membuatnya terus menerus.
- Pengamatan dapat digabungkan menggunakan sistem lain

- Memberikan wawasan yang lebih luas

2. Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, wawancara merupakan cara mudah dalam melakukan suatu penelitian untuk pengumpulan data. Wawancara merupakan proses tanya jawab yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu. Wawancara yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk memperoleh pengetahuan tentang makna-makna subjektif yang dipahami individu berkenaan dengan topik yang diteliti (Banister dkk dalam Poerwandari, 1998).

Melalui wawancara inilah peneliti menggali data, informasi serta kerangka keterangan dari subyek penelitian. Wawancara dilakukan kepada 10 UMKM yang tergabung dalam SIM Nglarisi tentang penggunaan teknologi e-commerce Nglarisi.

3.3 Unit Analisis

Unit analisis dalam laporan ini merupakan bagian riset yang melibatkan beberapa aspek dari SIM Nglarisi yaitu peserta UMKM yang tergabung dalam Nglarisi beserta pihak Bappeda Kota Yogyakarta. Bagian ini dipilih karena penulis mengangkat topik Analisis Implementasi Teknologi Terhadap Pengaruh Pengembangan UMKM Nglarisi Di Kota Yogyakarta.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Kualifikasi UMKM Nglarisi berdasarkan identitas

Berikut merupakan data beserta waktu dilaksanakannya observasi dan wawancara terhadap 10 UMKM Nglarisi :

No.	Waktu Observasi	Nama	Telp	Nama Usaha	Sektor
1.	18/11/2021	Endang Sarbowo	0852-2896- 5669	Kelompok Baciro	Catering nasi box & snack
2.	23/11/2021	ROSMINAH	0813-2806- 6162	Dapur Yu Limah	Catering nasi box & snack
3.	22/11/2021	Anastasia Ani Sri Purwani	0813-2806- 6162	Ledma	Catering nasi box & snack
4.	24/11/2021	Andreas Eko Sukamto	0878-3888- 5433	Kelompok SOS Sapen	Catering nasi box & snack

5.	24/11/2021	Rumiyati	0877-3822- 8234	Umikori	Catering nasi box & snack
6.	24/11/2021	Lopian Juli Siregar	0823-2351- 3841	Uppks pare ayam14	Catering nasi box & snack
7.	25/11/2021	Sumariatni	0899-9990- 644	Mantul Tegal lempuyang an	Catering nasi box & snack
8.	25/11/2021	HERIYANI HARRY MOERYAN TO	0859-3024- 5828	Harmoni	Catering nasi box & snack
9.	26/11/2021	Junainah Pujiastuti	0878-3952- 9081	Kantin Balaikota	Catering nasi box & snack
10.	26/11/2021	Susana Sri Yarmiyati	0815-7957- 653	Dapur Kusuma	Catering nasi box & snack

Table 4.4 Data UMKM Nglarisi

4.2 Deskripsi Hasil Observasi Terhadap SIM Nglarisi

Dalam penelitian ini penulis berhasil mengumpulkan beberapa data aspek teknis yang diperoleh dari UMKM SIM Nglarisi dan Pihak Badan Perencanaan dan Pengembangan kota Yogyakarta. Hal ini bertujuan dalam melakukan pembangunan markethub Nglarisi berdasarkan kebutuhan serta keinginan UMKM. Kemudian, penulis akan menguraikan hal-hal mengenai hasil dari pengumpulan data terkait “Analisis Implementasi Teknologi SIM Nglarisi Terhadap Pengembangan UMKM di Kota Yogyakarta” yang diperoleh selama magang berlangsung. Penulis melakukan wawancara dan observasi kepada 10 UMKM yang tergabung dalam Markethub Nglarisi. Data yang telah diperoleh pada penelitian ini, selanjutnya akan dianalisis dan dilakukan pembahasan untuk menentukan tingkat keefektifitas penggunaan Nglarisi.

4.3 Syarat Penyedia dalam aplikasi Nglarisi

1. Kelompok usaha beranggota 5-20 orang.
2. Anggota kelompok tinggal dalam kelurahan yang sama dan terdapat minimal 2 orang anggota yang memiliki KMS (Kartu Menuju Sejahtera).
3. Anggota adalah penduduk dengan KTP Kota Yogyakarta.
4. Koordinator memiliki NPWP Kota Yogyakarta.
5. Koordinator memiliki rekening Bank BPD DIY.
6. Koordinator menggunakan telepon seluler dengan Operation System Android.

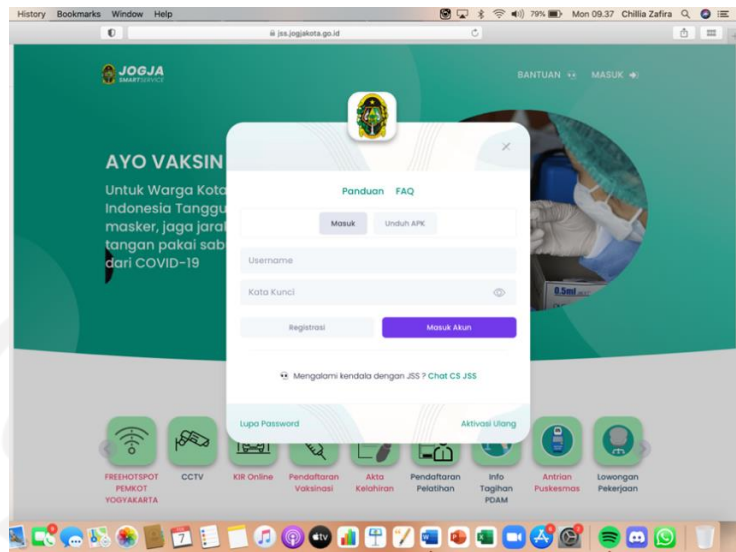
4.4 Cara Mendaftar Nglarisi

1. Mengisi formulir pendaftaran yang dapat diperoleh di kelurahan setempat atau Bagian Administrasi Pembangunan Setda Kota Yogyakarta, dengan cara mendownload pada website <https://dalbang.jogjakota.go.id/>.
2. Formulir dapat langsung diserahkan ke kelurahan masing-masing.
3. Kelurahan akan mengirimkan surat via E-Office ke Bagian Administrasi Pembangunan Setda Kota Yogyakarta.
4. Bagian Administrasi Pembangunan akan mengundang coordinator penyedia untuk diberi informasi/pelatihan penggunaan aplikasi Nglarisi.



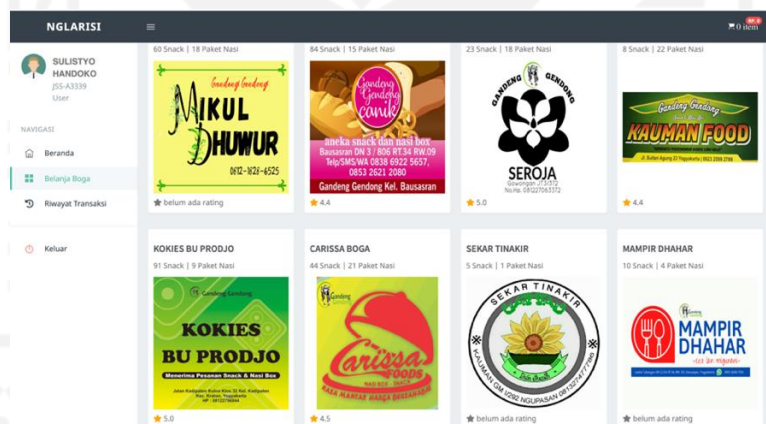
Gambar 4.4.1 Alur Pendaftaran Nglarisi

Kemudian, Konsumen (ASN) dapat mengakses Nglarisi melalui Web <https://jss.jogjakota.go.id/v3>



Gambar 4.4.2 Tampilan Log In pada Website Jogja Smart Service

Selanjutnya akan muncul berbagai pilihan snack dan nasi box oleh penyedia kuliner Nglarisi



Gambar 4.4.3 Beranda Nglarisi

4.5 Deskripsi Problematika UMKM Nglarisi Dalam Penggunaan SIM

Nglarisi

Pada tahap ini penulis akan melakukan analisis pembahasan pada masing-masing permasalahan yang dialami UMKM dalam menggunakan SIM Nglarisi.

Permasalahan tersebut meliputi : Fitur review produk pada SIM Nglarisi, Inovasi tampilan dan layanan SIM Nglarisi, Keterlambatan notifikasi pesanan masuk, Penambahan target konsumen, Fitur upload foto produk, SIM Nglarisi mudah diakses, Penggunaan SIM Nglarisi, Pengaruh SIM Nglarisi terhadap perkembangan usaha, Pengaruh SIM Nglarisi terhadap perkembangan omzet usaha.

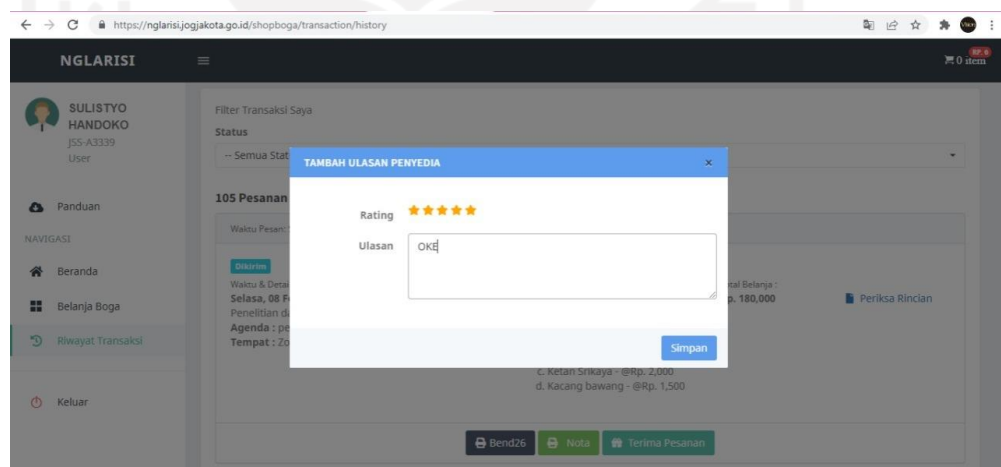
4.5.1 Fitur Review Produk Pada SIM Nglarisi

Rating (penilaian) dan *review* (ulasan atau testimoni) merupakan hasil penilaian suatu produk yang diberikan oleh para pengguna atau konsumen terhadap suatu layanan. Pada umumnya, *rating* dan *review* dapat dijadikan tolak ukur seberapa baik atau seberapa populer produk atau layanan tersebut.

Perlunya pemberian *rating* serta ulasan produk membuat umkm dapat melakukan evaluasi untuk kedepannya. Respon positif atau negatif inilah yang diperlukan dalam pengembangan produk. Manfaat selanjutnya, yaitu dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan bagi produk tersebut. *Rating* dan *review* yang bagus dapat menarik *customer* untuk membeli produk yang dijual

dibandingkan produk yang memiliki *rating* dan *review* yang rendah. Setelah mendapatkan kepercayaan dari *customer* dan dapat menarik *new customer*, tentu hal ini akan berguna bagi para UMKM untuk terus maju dan berkembang sehingga akan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pentingnya fitur *rating* dan *review*, 10 UMKM Nglarisi mengaku membutuhkan penilaian serta ulasan dari para *customer* untuk membantu pengembangan usaha mereka. Menurut UMKM, apabila mereka memiliki penilaian serta ulasan yang bagus produk mereka akan lebih dilirik oleh *customer*. Oleh karena itu, UMKM Nglarisi berharap para *customer* selalu memberikan *rating* dan *review* terbaik setelah pesanan selesai diterima.



Gambar 4.5.1 Fitur *Rating* dan *Review*

4.5.2 Inovasi Tampilan dan Layanan SIM Nglarisi

Pelayanan dalam *e-commerce* adalah elemen terpenting karena konsumen melakukan pembelian melalui aplikasi atau situs web secara *personal/self service*. Oleh karena itu, fitur atau tampilan yang disediakan harus memudahkan UMKM

dan *customer* untuk menjual dan menemukan produk yang ingin dibeli. kemudian, layanan dalam *e-commerce* harus memiliki konsep yang menarik dan proses yang cepat. teknologi yang digunakan pun harus selalu diperbaharui dan ditingkatkan agar dapat meminimalisir terjadinya kesalahan sistem pada saat terjadinya jual beli. Oleh karena itu, *e-commerce* harus lebih mudah diakses, responsif, dan inovatif untuk memenuhi tuntutan pasar digital.

Inovasi layanan harus terus dilakukan oleh Bappeda agar berdampak positif di masa mendatang. Tidak hanya itu, inovasi yang diterapkan oleh Bappeda juga akan menciptakan nilai positif di mata UMKM dan *customer*. Keberhasilan konsep inovasi layanan bergantung pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Beberapa karakteristik yang harus ada dalam penerapan teknologi e-commerce adalah:

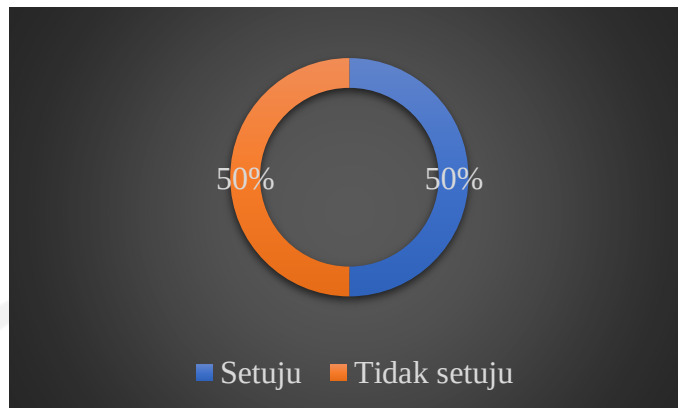
1. Dapat diakses dimana-mana (*ubiquity*) yaitu pelaku usaha harus berusaha mengubah struktur industri dengan membuat saluran atau strategi pemasaran baru, memperluas cakupan pasar secara keseluruhan, salah satunya dapat dengan menciptakan diversifikasi layanan serta meningkatkan efisiensi operasi.
2. Fitur aplikasi yang beragam dan interaktif (*richness & interactive*) aplikasi *e-commerce* yang tidak terpaku pada penjualan produk, tetapi juga dapat merespon kebutuhan penggunaannya, serta dapat melakukan komunikasi dengan baik dengan pengguna seperti adanya fitur customer service.
3. Memiliki kemampuan untuk membentuk komunitas pengguna produk dan layanan, berintegrasi melalui website atau melalui media sosial (*social*

technology), berlangganan berita terbaru serta melakukan promosi melalui email, yang diharapkan dapat memberikan kesan yang baik dari produk yang dijual.

5. Tampilan antar muka yang baik (*graphical user interface*). Tampilan dan pilihan warna berupa susunan produk dan logo yang menarik diyakini akan membuat aplikasi e-commerce semakin diminati konsumen.
6. Aplikasi harus kompatibel (*compability*) dengan varian browser yang digunakan atau dengan media akses yang digunakan, seperti melalui komputer pribadi. Laptop atau akses melalui ponsel pribadi.

E-commerce juga membutuhkan infrastruktur digital dan dikendalikan oleh orang-orang yang memahami dunia digital dengan sangat baik. Selain itu, perkembangan *e-commerce* juga memerlukan integrasi berbagai elemen seperti penggunaan media sosial, perubahan metode pembayaran seperti pembayaran melalui kartu debit, kartu kredit, sistem uang elektronik, dan lembaga lain yang memberikan layanan fasilitas pembayaran.

Salah satu hal yang harus terus dilakukan oleh Bappeda dalam mendukung keberlangsungan perusahaan adalah terus berinovasi. Inovasi merupakan kunci keberhasilan dari sebuah bisnis dalam menciptakan nilai tambah, dan tanpa melakukan inovasi, bisnis yang beroperasi akan stagnan dan tidak dapat mencapai pertumbuhan yang optimal.



Gambar 4.5.2 Grafik Persentase Inovasi

Berdasarkan persentase yang diperoleh, 50% pelaku usaha atau UMKM menganggap bahwa tampilan serta fitur dari layanan pada SIM Nglarisi kurang menarik. Untuk mendukung proses jual-beli, diperlukannya inovasi berkala terhadap tampilan SIM Nglarisi agar lebih menarik sehingga pelaku usaha dan *customer* tidak bosan terhadap tampilan yang ada. Pada tampilan akun Nglarisi pelaku usaha, mereka hanya dapat melihat akun berandanya sendiri tanpa bisa mengakses produk jualan UMKM lain. Pelaku usaha atau UMKM Nglarisi berharap adanya evaluasi terhadap SIM Nglarisi untuk meningkatkan inovasi seperti inovasi pada tampilan beranda (tata letak, warna, tulisan), menghilangkan fitur-fitur yang dinilai tidak penting ada didalam aplikasi tersebut. Dengan melakukan inovasi, Bappeda secara tidak langsung akan meningkatkan kualitas layanan dan kualitas SDM yang ada.

Kemudian, persentase 50% selanjutnya pelaku usaha atau UMKM cukup puas terhadap tampilan atau fitur yang sudah ada. Namun, pelaku usaha atau UMKM juga berharap adanya inovasi secara berkala terhadap tampilan serta fitur dari SIM Nglarisi.

4.5.3 Keterlambatan Notifikasi Pesanan Masuk

Keterlambatan notifikasi dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Seperti permasalahan pada pengaturan ponsel pelaku usaha atau terjadinya *system maintance* pada SIM Nglarisi. Oleh karena itu, para pelaku usaha atau UMKM harus melakukan *check* berkala pada fitur pesanan masuk SIM Nglarisi.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, ditemukan data pada 2 dari 10 UMKM Nglarisi bahwa UMKM tersebut yakni Dapur YuLimah dan Ledma mendapat kendala *maintance* terhadap notifikasi orderan yang terlambat masuk pada ponsel mereka, sehingga Dapur YuLimah dan Ledma harus melakukan *check* berkala terhadap Nglarisi agar tidak terjadinya *miss communication* kepada *customer*.

4.5.4 Penambahan Target Konsumen

Perlunya *access public* Nglarisi untuk masyarakat kota Yogyakarta bertujuan untuk memperluas pangsa pasar kuliner yang ada di wilayah perkotaan. Sehingga, tidak hanya ASN saja yang dapat menikmati fasilitas e-government tersebut. Disamping itu, dapat menaikkan omset dari umkm yang terdaftar dalam aplikasi nglarisi sehingga dapat mendongkrak kemiskinan dan juga bisa bermanfaat lebih dibandingkan sekarang.

Salah satu karakteristik dalam penerapan *technology e-commerce* yakni memperluas cakupan (*global reach*) dengan menyiapkan konten atau inovasi untuk memperluas cakupan pasar sehingga dapat diakses tidak hanya oleh organisasi perangkat daerah

di Kota Yogyakarta, tetapi juga oleh masyarakat umum. Langkah pertama yang dapat dilakukan adalah melakukan penyesuaian standar menjadi lebih keseluruhan (*universal standard*).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, ditemukan data terhadap 10 UMKM Nglarisi bahwa UMKM Nglarisi sangat setuju apabila dilakukannya penambahan target konsumen seperti dibuka nya akses SIM Nglarisi untuk masyarakat umum kota Yogyakarta. Hal ini dinilai akan berhasil karena akan mempengaruhi pemerataan orderan yang diharapkan para UMKM. Disamping itu juga dapat mempengaruhi kenaikan omzet setiap bulannya.

4.5.5 Fitur Upload Foto Produk

Foto merupakan salah satu point penting dalam menarik perhatian calon *customer* dikarenakan foto produk merupakan hal yang mempengaruhi terjadinya jual-beli. Foto yang tidak buram, memiliki resolusi yang baik, serta foto produk yang bagus akan lebih menarik calon *customer* untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 10 UMKM Nglarisi, para UMKM mengaku kesulitan pada tahap mengunggah foto produk mereka ke beranda SIM Nglarisi dikarenakan adanya ketentuan ukuran pada foto. Oleh karena itu, masing-masing koordinator UMKM menggunakan aplikasi *photo resizer* untuk membuat resolusi foto lebih kecil dari ukuran aslinya. Hal ini dinilai tidak efektif karena tidak semua pelaku usaha paham akan teknologi.

4.5.6 SIM Nglarisi Mudah Diakses

Saat ini, perkembangan *marketplace* semakin pesat seiring perubahan tren dan gaya hidup masyarakat Millenial. Kecanggihan teknologi semakin mendukung bisnis market place sehingga potensi penjualan produk semakin meningkat. Transaksi yang dulunya harus dilakukan secara konvensional (tatap muka), maka sekarang ini dapat dilakukan dengan cara online menggunakan metode pembayaran secara digital.

Manfaat yang dapat dirasakan oleh pengguna dari SIM Nglarisi adalah memiliki jangkauan akses informasi yang luas. *User* atau *customer* dari Nglarisi dapat mengetahui berbagai hal untuk memilih produk makanan atau minuman yang akan dibeli.

Guna mendukung kelancaran proses jual-beli antara UMKM dengan *customer*, sangat dibutuhkannya akses SIM yang mudah dan cepat, agar nantinya tidak terjadi kendala saat berlangsungnya proses jual-beli. Dari hasil wawancara terhadap 10 UMKM Nglarisi ditemukan data bahwa dalam pengaksesan SIM Nglarisi, 9 UMKM diantaranya mengaku mudah dan tidak ada masalah dalam proses penggunaannya. Kemudian, 1 UMKM diantaranya yakni Kelompok SOS mengaku masih kesulitan. Penyebab dari kesulitan tersebut karena server yang tiba-tiba sering eror.

4.5.7 Penggunaan SIM Nglarisi

Pada bagian ini, penulis mengumpulkan data terhadap waktu terakhir penggunaan SIM Nglarisi berserta permasalahan yang dialami UMKM.

Nama UMKM	Terakhir membuka SIM Nglarisi	Penyebab tidak membuka
Kelompok Baciro	Tahun 2021	Ponsel yang rusak tidak dapat digunakan selain itu juga tidak mendapat pesanan masuk dari SIM (hanya melalui pesanan offline)
Umikori	Tahun 2020	SIM Nglarisi mengalami trouble sehingga UMKM tidak bisa membuka SIM Nglarisi
Dapur Yu Limah	November 2021	Membuka SIM Nglarisi Ketika ada orderan masuk karena seringnya trouble dengan notifikasi

Ledma	November 2021	Notifikasi yang terlambat sehingga UMKM tidak membuka SIM Nglarisi
Harmoni	Mei 2021	Tidak adanya pesanan masuk dari SIM Nglarisi
Uppks Pare Ayam 14	November 2021	<i>Customer</i> yang lebih sering melakukan pesanan offline (melalui whatsapp dan telepon)
Mantul Tegal Lempuyangan	Oktober 2021	SIM Nglarisi sering mengalami trouble sehingga UMKM tidak bisa membuka SIM Nglarisi
Kantin Balaikota khahida	September 2021	Tidak adanya pesanan masuk dari SIM Nglarisi

Dapur Kusuma	Tahun 2019	Koordinator sudah tua, memiliki riwayat penyakit jantung sehingga tidak memungkinkan untuk aktif di Nglarisi
Kelompok SOS	Oktober 2021	Membuka SIM Nglarisi Ketika ada orderan masuk

Table 4.5.7 Penggunaan SIM Nglarisi

4.5.8 Pengaruh SIM Nglarisi Terhadap Perkembangan Usaha

Perkembangan dunia digital saat ini sangat pesat, bahkan kemajuan setiap tahunnya tidak terlepas dari dunia online. Hal ini sangat mempengaruhi semua sektor termasuk dunia usaha dan sektor ekonomi. E-commerce merupakan salah satu bidang bisnis yang berbasis digital. Saat ini, UMKM secara tidak langsung dipaksa untuk mengubah metode transaksinya, yang awalnya offline, kemudian beralih ke online. E-commerce diyakini dapat meningkatkan penjualan dari pelaku UMKM.

Meningkatnya digitalisasi transaksi e-commerce tidak terlepas dari peran pemerintah yang ikut mendorong serta memperkenalkan dunia digital kepada masyarakat dan akselerasi perkembangan digital banking. Seperti yang dilakukan Bappeda terhadap UMKM Nglarisi. SIM Nglarisi dapat digunakan untuk operasional bisnis dan UMKM akan mendapatkan akses pasar khusus serta peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Di sisi lain, pelanggan akan lebih mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan secara online.

Berdasarkan hasil penelitian observasi dan wawancara terhadap 10 UMKM Nglarisi, ditemukan data bahwa 4 UMKM yang tergabung di Nglarisi mengaku usaha mereka berkembang dilihat dari pesanan rutin yang didapat dari pemerintah dan 6 UMKM diantaranya mengaku usaha mereka tidak mengalami perkembangan sama sekali karena kurangnya pesanan yang didapat.

Berikut daftar nama UMKM Nglarisi yang telah di observasi dan wawancara oleh penulis :

No.	Nama UMKM	Pengaruh Nglarisi terhadap usaha
1.	Kelompok Baciro	Berkembang
2.	Harmoni	Berkembang
3.	Dapur Yu limah	Berkembang
4.	UPPKS Pare Ayam 14	Berkembang
5.	Umikori	Berkembang (50%)
6.	Ledma	Tidak Berkembang
7.	Kantin Balaikota Khahida	Tidak Berkembang
8.	Dapur Kusuma	Tidak Berkembang

9.	Kelompok SOS	Tidak Berkembang
10.	Mantul Tegal Lempuyangan	Tidak Berkembang

Table 4.5.8 Pengaruh SIM Nglarisi Terhadap Perkembangan Usaha

4.5.9 Pengaruh SIM Nglarisi Terhadap Perkembangan Omzet Usaha

Dari segi biaya operasional, dampak dari penggunaan e-commerce dapat menguntungkan UMKM, terutama yang baru memulai. E-commerce sendiri dapat membantu mengurangi biaya operasional termasuk persewaan toko, etalase produk, strategi pemasaran, serta logistik dan rantai pasokan. Menurut teori Chaniago (2002), omzet mewakili jumlah total pendapatan yang diterima dari penjualan suatu barang atau jasa selama periode waktu tertentu. Perkembangan omzet yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu pada omzet tahunan. Omzet yang diperoleh peserta UMKM Nglarisi cenderung mengalami penurunan dari tahun ke tahun.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, dampak positif dengan adanya penggunaan SIM Nglarisi berpengaruh pada kenaikan omzet terjadi pada 2 UMKM. Selanjutnya, kenaikan omzet tidak terjadi pada 8 UMKM Nglarisi.

No.	Nama UMKM	Pengaruh Nglarisi terhadap usaha
1.	Kelompok Baciro	Berpengaruh
2.	Harmoni	Tidak Berpengaruh
3.	Dapur Yu limah	Berpengaruh
4.	UPPKS Pare Ayam 14	Tidak Berpengaruh

5.	Umikori	Tidak Berpengaruh
6.	Ledma	Tidak Berpengaruh
7.	Kantin Balaikota Khahida	Tidak Berpengaruh
8.	Dapur Kusuma	Tidak Berpengaruh
9.	Kelompok SOS	Tidak Berpengaruh
10.	Mantul Tegal Lempuyangan	Tidak Berpengaruh

Table 4.5.9 Pengaruh SIM Nglarisi Terhadap Perkembangan omzet usaha



BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 KESIMPULAN

Dari data yang telah dipaparkan pada pembahasan diatas. Dapat diberi kesimpulan bahwasanya Bappeda telah berinovasi dalam penciptaan SIM Nglarisi yang bertujuan untuk mengentas kemiskinan masyarakat yang ada diwilayah perkotaan kota Yogyakarta.

SIM Nglarisi sendiri merupakan bagian dari inovasi pemerintah kota sebagai teknologi penyedia kebutuhan berupa makanan dan minuman untuk kepentingan ASN (Aparat sipil negara) / PNS. Dengan diluncurkannya SIM Nglarisi ini sangat memudahkan para penyedia jasa kuliner di Kota Yogyakarta untuk lebih gencar dalam memasarkan produknya.

Impementasi tekonologi SIM Nglarisi terbukti sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha beberapa UMKM yaitu kelompok baciro, dapur yu limah, harmoni, uppks pare ayam 14 dan umikori. Kemudian, dalam data yang dicatat dari hasil observasi dan wawancara dapat diketahui informasi kebutuhan serta keinginan dari para UMKM yang tergabung di Nglarisi, sebagai berikut :

- a. Memperluas target pasar dengan cara SIM Nglarisi dibuka untuk masyarakat umum kota Yogyakarta, tidak hanya ASN.

Pada saat wawancara kepada 10 UMKM, penulis mendapatkan saran bagaimana jika akses Nglarisi ini dibuka untuk masyarakat umum agar tidak hanya ASN saja yang dapat memiliki *referensi catering* dan menikmati kuliner yang disediakan para UMKM di Nglarisi tersebut. Disamping itu, dapat memperluas pasar serta meminimalisir ketidakmerataan pesanan dalam aplikasi. Sehingga nantinya, akan membantu pihak Bappeda dalam memberantas kemiskinan dan tidak ada lagi UMKM yang tidak memiliki pemasukan dalam aplikasi Nglarisi.

b. Menghilangkan ketentuan resolusi foto

Pada bagian yang kedua ialah menghilangkan ketentuan resolusi gambar pada proses pengunggahan gambar. Pelaku UMKM menyebutkan bahwa mereka kesulitan dalam pengunggahan foto produk dikarenakan adanya ketentuan ukuran foto. Sehingga, mereka harus menggunakan *photo resizer* untuk mengecilkan ukuran foto, padahal banyak UMKM yang masih sangat awam dalam menggunakan teknologi.

c. Meningkatkan inovasi dari segi layanan

Inovasi pada layanan Nglarisi sangat berperan penting dalam kelancaran penjualan. Para UMKM sangat menginginkan adanya inovasi berkala pada aplikasi ini seperti pada bagian tampilan agar dibuat lebih menarik

serta menambah beberapa fitur yang bermanfaat bagi pelaku usaha dan *customer*.

d. Server yang bagus dan tidak mudah eror

Aplikasi yang memiliki server bagus dan tidak mudah eror merupakan harapan bagi semua penggunanya. Tidak terkecuali Nglarisi. Para UMKM berharap Nglarisi selalu memiliki server yang bagus dan tidak mudah mengalami gangguan.

5.2 REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Penulis dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan usability dari SIM Nglarisi, sebagai berikut :

1. Pihak Dinas Bappeda dapat mempertimbangkan saran dari UMKM tentang pemerataan orderan agar tidak terjadi kesenjangan orderan.
2. Pihak Bappeda sebaiknya melakukan inovasi berkala terhadap tampilan dan fitur- fitur yang ada di Nglarisi, sehingga pelaku UMKM lebih gencar dalam memasarkan produknya. Kemudian Bappeda juga dapat melakukan pertimbangan untuk menghilangkan fitur-fitur yang dirasa tidak berfungsi.
3. Pihak Bappeda tetap melakukan pelatihan, pembinaan serta sosialisasi rutin terhadap penggunaan SIM Nglarisi melalui daring selama pandemic covid-19. Kemudian, Bappeda dapat menyampaikan bagaimana tata cara

melakukan *digital marketing* secara baik, tepat, dan terpenting mudah dipahami oleh UMKM Nglarisi.

4. Membentuk tim manajemen IT seperti customer service didalam SIM Nglarisi yang komunikatif, responsive dan ramah dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dari pelaku UMKM. Sehingga, bila UMKM mengalami kendala dalam penggunaan SIM Nglarisi lebih cepat teratasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Gumilar, M. G. (2019, Mei). Inovasi Pemerintah Daerah Jogja Smart Service Dalam Menciptakan Smart and Liveable City di Kota Yogyakarta. *Jurnal Gama Societa*, III, 9.
- Novriando, A. (2021, Juli). Efektivitas “Jogja Smart Service” Terhadap Pelayanan Publik di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 13, 8.
- Sofianto, A. (2019, oktober). Inovasi Manajemen Pemerintahan Berbasis Aplikasi Digital di Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Inovasi Kebijakan*, 10.
- Ionela Adriana Tisca, G. C. (2015). Diagnosis, risiko dan efisiensi dalam penerapan TQM di usaha kecil Menengah. *Procedia Ekonomi dan Keuangan*, 4.
- Ervini Meladiyani, N. d. (2015). Analisis Quality Function Deployment (QFD) Guna Meningkatkan After Sales Spare Part & Service Lift Truck Junghenrick Dipt Kobexindo Equipment. *Journal teknik industri*, 23.
- Anisa Cahyaningrum, R. A. (2019). Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 7, 12.
- Ramdani, A. (2020). Analisis Deskriptif Terhadap Inovasi Layanan Aplikasi Sambara (Samsat Mobile Jawa Barat). *Jurnal Academia Praja*, 3, 7.
- Endra Saputra, N. I. (2021). Pengembangan Umkm Berbasis Inovasi Produk dan E-Commerce di Desa Wangon Banyumas. *Jurnal Pengembangan Umkm Berbasis Inovasi Produk dan E-Commerce*, 1, 6.
- Kala’lembang, A. (2020). Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal ekonomi dan manajemen*, 4, 12.
- Widiantoro, H. (2017). Analisis Penerapan Metode House Of Quality Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Rumah Sakit Umum Emanuel Banjarnegara. *skripsi*, 120.
- Safira, A. P. (2021, February 26). *Panduan Lengkap Maintenance Website*. Retrieved from Qwords: <https://qwords.com/blog/panduan-lengkap-maintenance-website/>
- Rabbani, A. (2021, 9 29). *Pengertian manajemen inovasi,konsep dan tujuan*. Retrieved from Sosial79: <https://www.sosial79.com/2021/09/Manajemen%20Inovasi.html>
- Dedi. (2021, agustus 31). *Pengertian Teknologi Menurut Ahli, Sejarah, Manfaat, dan Jenisnya Artikel ini sudah tayang di VIVA.co.id pada hari Selasa, 31 Agustus 2021 - 17:19 WIB Judul Artikel : Pengertian Teknologi Menurut Ahli, Sejarah, Manfaat, dan Jenisnya Link Artikel : http*. Retrieved from Viva: https://www.viva.co.id/digital/digilife/1400390-pengertian-teknologi-menurut-ahli-sejarah-manfaat-dan-jenisnya?page=3&utm_medium=page-3
- Bappeda. (2021). *Profil 2021 Badan Perencanaan Pembangunan Daerah*. Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Yogyakarta: Bappeda.
- Bappeda. (2018). *Buku Profil Aplikasi Nglarisi*. Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, Kota Yogyakarta: Bappeda .

- Zen Munawar, Y. H. (2021). Pemanfaatan Teknologi Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi Informasi Komunikas*, 8, 16.
- Cara pandang. (2021, Oktober 16). *Pentingnya Inovasi Digital Di Era Modern Saat Ini*. Retrieved from Cara Pandang: <https://carapandang.com/read-news/pentingnya-inovasi-digital-di-era-modern-saat-ini?page=3>
- Pemerintah Kota Yogyakarta. (n.d.). *Peraturan walikota*. Retrieved from Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum: <https://hukum.jogjakota.go.id/index.php/result>
- Cahyono, G. H. (2018). Kewirausahaan dan Inovasi dalam E-Commerce. *Swara Patra*, 8, 13.
- Martha Rianty, P. F. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Akuntansi dan Manajemen*, 16, 15.
- Hanifa Nurcahya, S. A. (2018). Kajian Penerapan Teknologi Informasi Pada UMKM Sebagai Upaya Memperluas Pasar Produk Lokal . *Konferensi Nasional Sistem Informasi*, 5.
- Anhari Firdaus, A. S. (2021). Inovasi Layanan dan Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce: Peran dari Customer Value Creation. *IRWNS*, 10.
- Muhammad Ikhsan, M. H. (2020). Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar. *Journal of economic of education and entrepreneurship studies*, 8.
- Mohamad Trio Febriyantoro, D. A. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 16.
- Asril Basry, E. M. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) . *Jurnal IKRA-ITH Informatika*, 2, 8.
- Tona Aurora Lubis, J. (2013). Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi . *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 3, 12.
- Abu Muna Almaududi Ausat, E. S. (2022). Analisis Faktor Yang Berpengaruh Pada Adopsi E-commerce Dan Dampak Bagi Kinerja UKM Di Kabupaten Subang . *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 14.
- Purnomo, K. A. (2021). Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di Kota Surakarta. *Jurnal wicida*, 25, 7.
- Asril Bassry, E. M. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK) Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *IKRA-ITH Informatika*, 2, 8.
- Mimin Nur Aisyah, M. A. (2014). Pengaruh Technology Readiness Terhadap Penerimaan Teknologi Komputer Pada UMKM Di Yogyakarta . *Jurnal Economia*, 10, 15.
- Kurniasih, W. (n.d.). *Pengertian Inovasi: Manfaat, Bentuk dan Contoh-contohnya*. Retrieved from Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-inovasi/>

- Phani Bhaskar Pasumarthi, P. K. (2017). A Study On Factors Effecting to Customer Loyalty Towards E-commerce. *Internasional Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET)*, 17.
- Aga Rizki Giovani, A. M. (2021). Upaya Pengembangan UKM Dengan Memanfaatkan E-CommerceTaman Walet Pasar Kemis Kabupaten Tangerang, Banten. *Adibrata Jurnal*, 8.
- Apulu, I. L. (2011). Factors affecting the effective utilisation and adoption of sophisticated ICT solutions: Case studies of SMEs in Lagos, Nigeria. *Journal of Systems and Information Technology*, 13, 19.
- Rajesri Govindaraju, R. C. (2012). Analysis of level and barriers of e-commerce adoption by indonesian small, medium, and micro enterprises (SMMEs). *Internetworking Indonesia Journal*, 4, 6.
- Yen Yen Maryeni, R. G. (2014). E-commerce Adoption by Indonesian SMEs. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 45-49.
- Rita Rahayua, J. D. (2015). Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 142-150.
- Prof.Dr.Sugiyono. (2009). *Metode penelitian pendidikan : pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d / Prof.Dr.Sugiyono*. Bandung: Alfabeta.
- Taylor, B. d. (1975). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Lincol, D. a. (1994). *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage.
- Yin, R. K. (2008). *Case Study Research : Design and Methods (Applied Social Research Methods)*. Illinois: Sage Publications,inc.
- Kristi, P. E. (1998). *Pendekatan Kualitatif dalam penelitian Psikologi*. LPSP3 UI.
- Chaniago. (2002). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Bandung: Pustaka Setia.
- Van de Ven, A. G. (1999). *The Innovation Journey*.
- P, S. R. (2006). *Perilaku Organisasi*. 260.
- Coulter, S. R. (2007). *Manajemen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations*. London : The Free Press.
- Yogyakarta, P. d. (2018). *Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 23 Tahun 2018*. Retrieved from The Free Press
- Nofie, I. (2007, januari). *Mengenal E-Commerce*. Retrieved from www.nofieiman.com
- Dwivedi, Y. K. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*.
- Ilin, V. I. (2017). Understanding the determinants of e- business adoption in ERP-enabled firms and non-ERP-enabled firms: A case study of the Western Balkan Peninsula. *Technological Forecasting and Social Change*,, 206-223.
- Elham Hussein, S. D. (2020). Exploring Undergraduate Students' Attitudes towards Online Learning during COVID-19: A Case from the UAE. *Research Gate*.
- Panca O. Hadi Putra, H. B. (2020). Contextual Factors and Performance Impact of e-Business Use in Indonesian Small and Medium Enterprises (SMEs). *Heliyon*.

- Aries Susanty, A. H. (2020). Push-pull-mooring framework for e-commerce adoption in small and medium enterprises. *Journsl Enterpreuner Management*, 381-406.
- Lila Setiyani, Y. R. (2021). Analysis of E-Commerce Adoption by SMEs Using the Technology - Organization - Environment (TOE) Model: A Case Study in Karawang, Indonesia. *International Journal Of Sciencve,Technology & Management*, 2.
- Indarti. (2007). Adopsi Teknologi Informasi oleh UKM di Indonesia.
- Zulkifli, W. a. (2021). Factors Affecting the Adoption of Digital Transformation among SME's in Malaysia.
- Ayu Noviani Hanum, A. S. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus UMKM Di Wilayah Kota Semarang).



LAMPIRAN

I. Data Hasil Wawancara

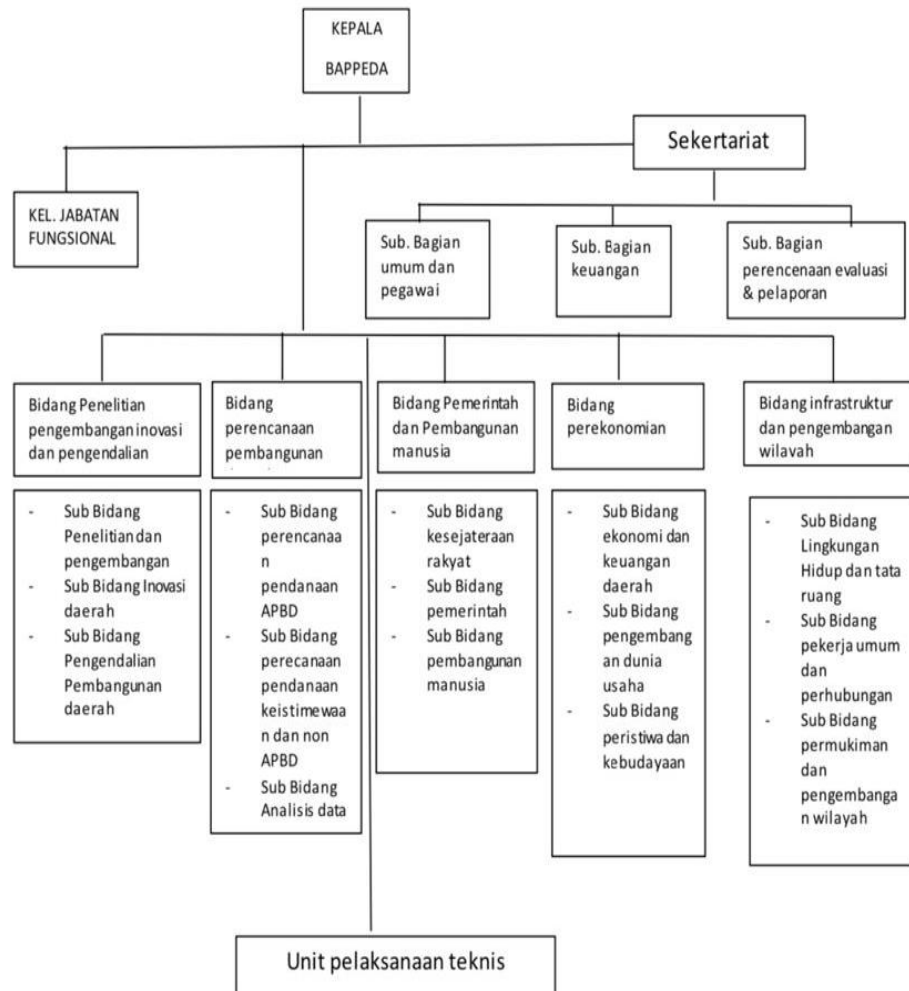
Nama UMKM	Kapan terakhir Bapak/Ibu membuka SIM Nglarisi	Apa yang menjadi permasalahan Bapak/Ibu terhadap penggunaan SIM Nglarisi ?	Bagaimana pengaruh SIM Nglarisi terhadap usaha yang Bapak/Ibu lakukan, apakah usaha Bapak/Ibu semakin berkembang atau tetap	Apakah SIM Nglarisi mudah diakses ?
Kelompok Baciro	2019	Kesulitan saat upload foto produk	Berkembang	Ya
Ledma	Mei 2021	Tidak ada notifikasi pemesanan & Kesulitan saat upload foto produk	Tidak berpengaruh	Ya
Harmoni	17 November 2021	Kesulitan saat upload foto produk	Berkembang	Ya
UPPKS Pare Ayam 14	Oktober 2021	Kesulitan saat upload foto produk	Berkembang	Ya
Dapur Yu Limah	08 November 2021	Tidak adanya notifikasi pemesanan & Kesulitan saat upload foto produk	Berkembang	Ya
Kelompok SOS	Oktober 2021	Kesulitan saat upload foto produk	Tidak berpengaruh	Tidak (SIM Error)
Mantul Tegal Lempuyangan	2020	Kesulitan saat upload foto produk	Tidak berpengaruh	Ya
Dapur Kusuma	2019	Kesulitan saat upload foto produk	Tidak berpengaruh	Ya
Kantin Balaikota Khahida	September 2021	Kesulitan saat upload foto produk	Tidak berpengaruh	Ya

Umikori	2020	Kesulitan saat upload foto produk	Berkembang 50%	Ya
---------	------	-----------------------------------	----------------	----

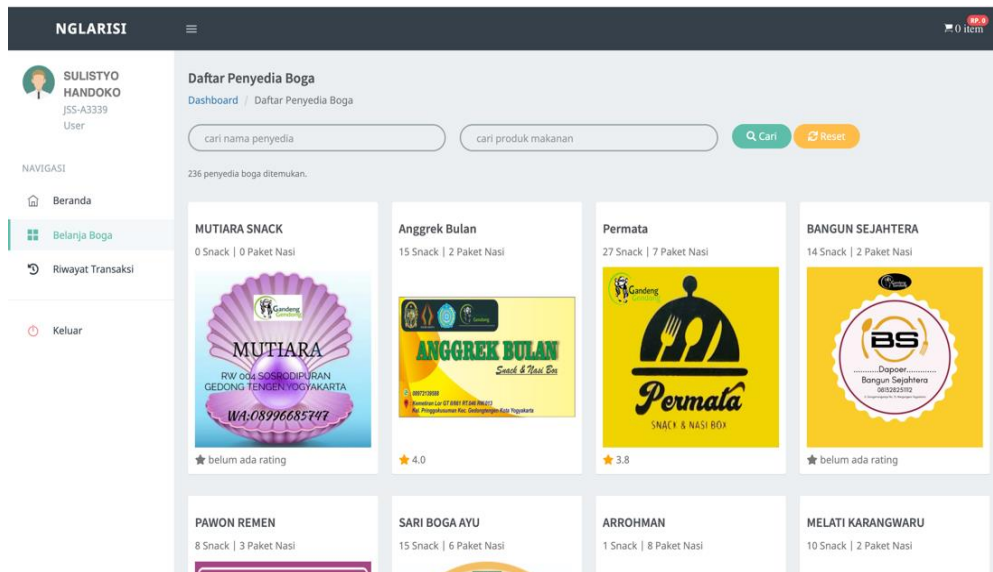
Nama UMKM	Apakah Bapak/Ibu membutuhkan fitur review produk untuk meningkatkan kualitas produk yang dijual ?	Bagaimana pendapat Bapak/Ibu jika SIM Nglarisi dibuka untuk melayani konsumen umum, tidak hanya terbatas pada pemerintah kota ?	Menurut pelaku UMKM, apakah SIM Nglarisi perlu meningkatkan inovasi dari segi layanan sehingga memudahkan pelaku UMKM dalam memasarkan produk serta melakukan transaksi dengan lebih mudah?	Apakah dengan keikutsertaan di SIM Nglarisi keuntungan yang didapatkan lebih besar dibandingkan dengan transaksi biasa? Bagaimana Pengaruh SIM terhadap omset?
Kelompok Baciro	Sangat membutuhkan	Setuju supaya adanya pemerataan orderan	Tidak Perlu, sudah cukup baik	Berpengaruh, menambah keuntungan tiap bulan/tahunnya.
Ledma	Sangat membutuhkan	Setuju agar dapat memperluas pasar	Tidak perlu	Tidak berpengaruh, karena lebih banyak orderan diluar SIM
Harmoni	Sangat membutuhkan	Setuju agar dapat memperluas pasar	Perlu, inovasi tampilan dan tata letak	Tidak berpengaruh ,karena lebih banyak orderan diluar SIM
UPPKS Pare Ayam 14	Sangat membutuhkan	Setuju agar dapat memperluas pasar	Tidak perlu	Tidak berpengaruh, karena lebih banyak orderan diluar SIM
Dapur Yu Limah	Sangat membutuhkan	Setuju agar tidak hanya ASN yang	Perlu, inovasi layanan yang lebih simple	Berpengaruh, dilihat dari

		melakukan orderan		kenaikan omset tiap bulan/tahun
Kelompok SOS	Sangat membutuhkan	Setuju agar dapat memperluas pasar	Perlu, inovasi pada tampilan	Tidak berpengaruh, karena lebih banyak orderan diluar SIM
Mantul Tegal Lempuyangan	Sangat membutuhkan	Setuju agar masyarakat kota dapat mengakses	Perlu, inovasi fitur yang lebih sederhana	Tidak berpengaruh, karena lebih banyak orderan diluar SIM
Dapur Kusuma	Sangat membutuhkan	Setuju agar dapat memperluas pasar	Perlu, dibuat lebih sederhana	Tidak berpengaruh, karena lebih banyak orderan diluar SIM
Kantin Balaikota Khahida	Sangat membutuhkan	Setuju agar dapat memperluas pasar	Tidak perlu	Tidak berpengaruh, karena lebih banyak orderan diluar SIM
Umikori	Sangat membutuhkan	Setuju agar dapat memperluas pasar	Tidak perlu	Tidak berpengaruh, karena lebih banyak orderan diluar SIM

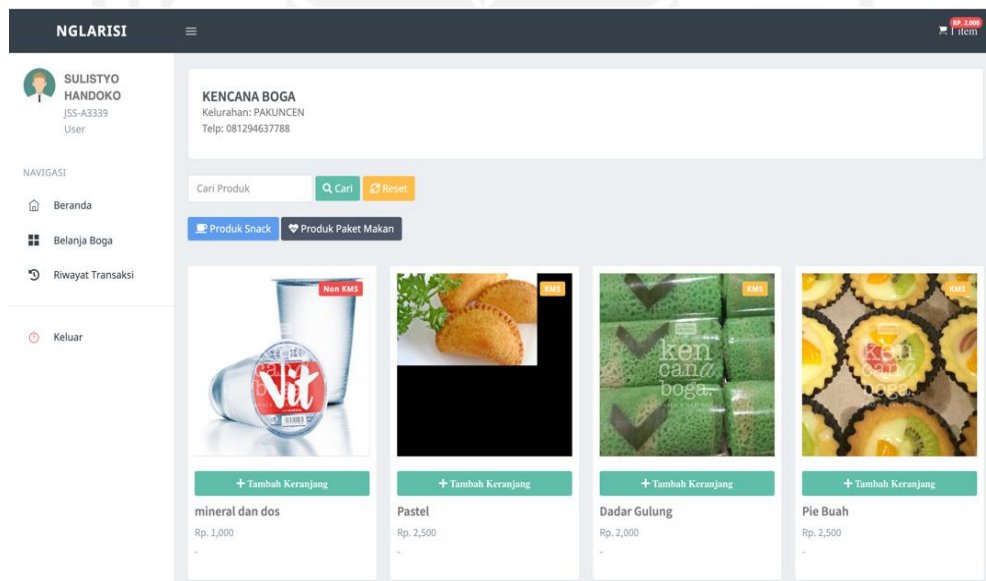
II. Struktur Organisasi BAPPEDA Kota Yogyakarta 2021



III. Lampiran SIM Nglarisi



Tampilan Daftar Penyedia Nglarisi



Tampilan pilihan snack di salah satu UMKM



SULISTYO HANDOKO

JSS-A3339

User

NAVIGASI

Beranda

Belanja Boga

Riwayat Transaksi

Keluar

Lihat Riwayat Pesanan

Tampilkan

10

▼

entri

Cari:

#	Detail Acara Kegiatan	Penyedia		Total	Status	Aksi
1.	<p>waktu pesan : Minggu, 06 Februari 2022, 16:02 wib</p> <p>BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH JSS-11266 - TAUFIK ABDURRAHMAN</p> <p>Koordinasi Dan Penyusunan Laporan Capaian Kinerja Dan Ikhtisar Realisasi Kinerja SKPD</p> <p>Tanggal : Senin, 07 Februari 2022, 12:00:00 wib</p> <p>Agenda : Rapat Evaluasi Capaian Kinerja Risk Dan Keuangan Bulan Januari 2022</p> <p>Tempat : R. Sekretariat & Zoom Meeting</p>	<p>BU TINJ 085719600234</p> <p>Paket Makan</p>	x 35	Rp. 700,000	Disinggapi	Periksa Rincian
2.	<p>waktu pesan : Minggu, 06 Februari 2022, 15:39 wib</p> <p>BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH JSS-11266 - TAUFIK ABDURRAHMAN</p> <p>Penyusunan Dokumen Perencanaan Perangkat Daerah</p> <p>Tanggal : Senin, 07 Februari 2022, 09:00:00 wib</p> <p>Agenda : Rapat Tindaklanjut Koordinasi Penyusunan Renstra Bappeda 2023 - 2026</p> <p>Tempat : R. Sekretariat & Zoom Meeting</p>	<p>KEENES 08122732422</p> <p>Kotak Snack</p>	x 35	Rp. 315,000	Dikirim	Periksa Rincian
3.	<p>waktu pesan : Minggu, 06 Februari 2022, 14:33 wib</p> <p>BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH JSS-A1969 - AGUSTIN WJAYANTI, S.Si</p> <p>Koordinasi Penyusunan Dokumen Perencanaan Pembangunan Daerah Bidang Perekonomian (RPJDP/RPJMD Dan RKPD)</p> <p>Tanggal : Rabu, 09 Februari 2022, 07:45:00 wib</p>	<p>RUSH BERRY 081325281118</p> <p>Kotak Snack</p>	x 15	Rp. 135,000	Menunggu	Periksa Rincian

Tampilan form konfirmasi pembayaran

Tampilan jika pesanan telah disanggupi

IV. Lampiran Dokumentasi Wawancara



UMKM Dapur Kusuma



UMKM Kelompok Baciro



UMKM Mantul Tegal Lempuyangan



UMKM Dapur Yu Limah



UMKM Kantin Balaikota



UMKM Kelompok SOS



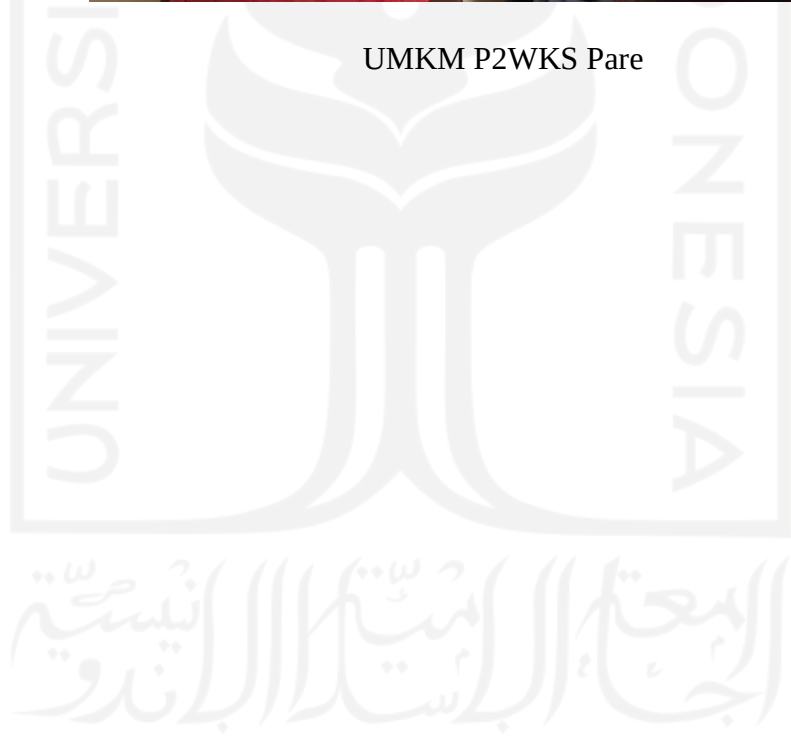
UMKM Ledma



UMKM Umikori



UMKM P2WKS Pare



V. Lampiran Surat Tugas

**PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA**
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
Jl. Kenari No. 56 Yogyakarta Kode Pos: 55165 Telp. (0274) 515207, 515865, 562682 Fax (0274) 554432
EMAIL : bappeda@jogjakota.go.id
HOTLINE SMS: 08122780001 HOTLINE EMAIL: upik@jogjakota.go.id
WEBSITE: www.jogjakota.go.id

Nomor : 074 / 534
Sifat : Segera
Lampiran : -
Hal : Surat Tugas

Yogyakarta, 11 November 2021

Kepada
Yth. Bapak/Ibu Koordinator
Kelompok Nglarisi
di Kota Yogyakarta

di
Yogyakarta

Berdasarkan Surat Permohonan Izin Magang dari Universitas Gadjah Mada, Universitas Negeri Malang, dan Universitas Islam Indonesia pada Sub Kegiatan Penelitian dan Pengembangan Partisipasi Masyarakat Tahun 2021, maka diberikan tugas kepada :

Nama : 1. Malina Dewi (Universitas Gadjah Mada)
2. Elsa Palmalia (Universitas Gadjah Mada)
3. Muhammad Adryan Okuputra (Universitas Negeri Malang)
4. Chilla Zhafrah Putri Ramadhanti (Universitas Islam Indonesia)
5. Olivia Ayu Nadia (Universitas Islam Indonesia)
6. Ichwan Mastito (Universitas Islam Indonesia)

Waktu Pelaksanaan : bulan November 2021 – bulan Desember 2021
Lokasi Kegiatan : Kota Yogyakarta
Untuk melakukan pengamatan dan wawancara pada kelompok usaha yang tergabung dalam SIM Nglarisi di Kota Yogyakarta.
Demikian atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

**KEPALA**
Agus Triharyono
AGUS TRIHARYONO, S.T., M.T.
NIP. 197203061996031004

**SEGORO AMARTO**
SEMANGAT GOTONG ROYONG AGAWE MAJU NE NGAYOGYAKARTA
KEMANDIRIAN – KEDISIPLINAN – KEPEDULIAN – KEBERSAMAAN

Surat Tugas Observasi UMKM



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Aso Partodimedja
Jl. Pengadil Ulu, Gedung Catur, Depok
Semarang, Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 883087, 885376;
F. (0274) 882589
E. rekan@uii.ac.id
W. rekan.uii.ac.id

Nomor : 2181/WD2/10/Div.URT/IX/2021
Hal : Permohonan Ijin Magang

Kepada Yth
Pimpinan
Kantor Bappeda Kota Yogyakarta
Jalan Kenari No. 56 Kode Pos (0274) 515207, 515865 Fax. (0274) 554432

Assalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh

Diberitahukan dengan hormat, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia adalah institusi pendidikan yang memiliki tujuan menciptakan lulusan profesional di bidangnya.
Sehubungan dengan hal tersebut, kami memohon kepada Bapak atau Ibu memberikan ijin mahasiswa kami dalam melaksanakan magang di perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut:

Nama	: Chilia Zhaifah Putri Ramadhanti
NIM	: 18311049
Alamat	: Prawirodirjan Gm 2/1195
Tempat/Tgl. Lahir	: Yogyakarta / 01 Desember 2000
Program Studi	: Manajemen
Jenjang	: Strata I (S1)
Periode Magang	: 27 September 2021 - 1 Februari 2022

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.
Wassalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh

Yogyakarta, 13 September 2021
Wakil Dekan Bidang Keagamaan,
Kemahasiswaan, dan Alumni,



Surat Permohonan Magang



Sertifikat Magang

