

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan yang sejahtera tentu menjadi suatu hal yang diimpikan bagi setiap orang untuk memenuhi hasrat ekonominya baik itu kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Upaya yang dilakukan agar dapat tercapainya tujuan masyarakat untuk terus giat dalam melakukan berbagai usaha. Upaya yang dapat ditempuh yaitu dengan mendirikan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Adanya UMKM tentu akan memberikan suatu dampak yang besar dalam peningkatan serta pertumbuhan perekonomian masyarakat baik itu dalam menciptakan dunia kerja terutama dalam mendukung pendapatan rumah tangga (Awali & Rohmah, 2020).

Pengembangan UMKM tentunya dapat dilakukan salah satunya dengan pemanfaatan teknologi informasi yang dapat memberikan dampak dalam meningkatkan perubahan bisnis maupun efisiensi terkait pertukaran informasi. Disisi lain pemanfaatan teknologi informasi juga dapat memperbesar jaringan pemasaran ataupun dapat memperluas *market share*. Dalam hal peningkatan persaingan UMKM sangatlah diperlukan agar UMKM dapat tetap bertahan dan juga bersaing dalam arena perdagangan global. Pemberdayaan UMKM ditengah arus globalisasi serta banternya persaingan menjadikan hal ini khususnya pada pelaku UMKM dituntut supaya selalu siap dalam menghadapi tantangan global, seperti halnya inovasi produk dan jasa, perkembangan akan teknologi dan pengembangan

sumber daya manusia, serta luasnya tingkat pemasaran (Bella & Habra, 2021).

Pelaku usaha yang memiliki kendala dengan masih awamnya ilmu tentang *digital marketing* dan *electronic commerce* tentu memberikan tuntutan bagi para pelaku usaha agar mengikuti perkembangan teknologi. Memasuki era digital ini merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari, hal ini memberikan tuntutan bagi pelaku usaha agar dapat memaksimalkan perkembangan teknologi digital. Dunia digital saat ini dianggap lebih menjanjikan bagi pelaku usaha, karena jangkauan pemasaran melalui dunia digital akan lebih luas. (Es, Rahmi, & Aditya, 2017).

Berangkat dari adanya peluang yang menjanjikan dalam dunia digital Angkatan Muda Muhammadiyah Balecatur (AMM Balecatur), menginisiasi dalam hal pengembangan UMKM khususnya bagi pelaku usaha mikro yang ada di Kelurahan Balecatur. Besarnya minat pasar untuk produk yang dihasilkan tentu menjadikan peluang bisnis yang menguntungkan. Namun, kurangnya informasi terkait kemajuan teknologi tentunya menjadikan pelaku usaha sulit untuk cepat berkembang sesuai yang diharapkan. Kurangnya perhatian dan dukungan dari pemerintah setempat serta kurang gencarnya promosi menjadikan kurang berkembangnya pelaku usaha yang ada.

Penelitian ini memilih obyek pada AMM Balecatur yaitu karena adanya program *marketplace* balebelanja.id yang difokuskan pada pengembangan potensi pelaku usaha, disini penulis akan meneliti

bagaimana inovasi program Balebelanja.id dalam mengembangkan pelaku usaha yang ada di wilayah AMM Balecatur.

Program balebelanja.id merupakan suatu program gagasan ide dari AMM Balecatur, harapannya dapat menjadi wadah bagi para pelaku usaha untuk dapat mengembangkan potensi usaha yang mereka jalankan. Program *marketplace* desa bernama balebelanja.id lahir dimasa pandemi, hadir sebagai solusi atas macetnya perekonomian warga saat penerapan *Work From Home* (WFH) dan *physical distancing*. Hadirnya balebelanja diharapkan mampu mendorong eksistensi bagi pelaku usaha yang ada di Balecatur. Terdapat jenis produk yang ditawarkan pada *marketplace* Balebelanja.id, baik itu berupa produk kuliner, hasil tani, serta kerajinan dari masyarakat lokal.

Pelaku usaha yang ingin bergabung pada *marketplace* Balebelanja.id, dapat mendaftarkan dirinya secara *online* melalui *website* Balebelanja.id sedangkan *offline* dapat dilakukan dengan langsung datang ke kantor AMM Balecatur. Cara kerja sistem balebelanja yaitu: *Pertama*, balebelanja.id menghimpun produk yang di tawarkan oleh masyarakat kemudian ditampilkan pada *website*. *Kedua*, konsumen mengklik *website* balebelanja.id dan memilih produk lalu di masukkan pada keranjang *checkout*. *Ketiga*, admin akan mengkonfirmasi dan memproses pesanan. *Keempat*, *driver* akan mengantarkan pesanan. *Kelima*, pembayaran dapat dilakukan saat barang pesanan telah diterima.

Selain sebagai stakeholder Angkatan Muda Muhammadiyah Balecatur (AMM Balecatur) menjadi pencetus adanya balebelanja.id dalam rangka mengembangkan perekonomian desa Balecatur dengan melibatkan masyarakat sebagai penjual dan pembeli, serta AMM sebagai penyedia program tersebut. Program balebelanja yang di gagas oleh AMM merupakan suatu bentuk keterlibatan pemerintah desa yang bekerjasama dengan AMM dalam rangka terwujudnya pengembangan ekonomi masyarakat.

Berkaitan dengan uraian diatas, penulis membahasnya dalam sebuah skripsi dengan judul **“Inovasi Dalam Peningkatan UMKM Masyarakat Melalui Pengembangan Balebelanja.id Studi Kasus pada Angkatan Muda Muhammadiyah Balecatur”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas, maka penulis telah merumuskan permasalahan yang ada yaitu:

1. Bagaimana implementasi inovasi program Balebelanja.id?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi program Balebelanja.id?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana implementasi inovasi program Balebelanja.id.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi program Balebelanja.id.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ataupun masukan bagi perkembangan ilmu pemerintahan serta dapat menambah kajian ilmu pemerintahan terlebih mengenai inovasi dalam pemberdayaan usaha mikro melalui Balebelanja.id.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang baik serta membangun bagi AMM Balecatur dalam implementasi inovasi program Balebelanja.id, serta dapat menjadi acuan dalam optimalisasi program Balebelanja.id. Lebih lanjut penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang lebih relevan khususnya pada pengembangan ilmu pemerintahan.

E. Literature Review

Dalam penyusunan proposal skripsi tentunya akan mengkaji mengenai studi-studi terdahulu tentunya berdasarkan topik yang relevan dengan penelitian. Tentunya hal ini memiliki kegunaan untuk memberikan kejelasan serta pemahaman bagi penulis agar adanya batasan mengenai fokus penelitian yang akan dikaji. Disisi lain dengan mengkaji studi terdahulu dengan topik yang tentunya masih relevan memiliki kegunaan serta memastikan keaslian dari hasil penyusunan skripsi yang memiliki judul "Inovasi Dalam Peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Masyarakat melalui pengembangan Balebelanja.id (Studi Kasus: Angkatan Muda Muhammadiyah Balecatur)".

Penulis telah mengumpulkan serta mengkaji 10 karya ilmiah yang relevan dengan tema penulis. *Pertama*, jurnal yang berjudul "Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri" Penulis (Sulaksono & Zakaria, 2020). Disini penulis membahas mengenai Pemanfaatan akan dunia digital melalui berbagai media sosial yang ada, bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi para penggelut usaha agar dapat meningkatkan penjualan serta laba bagi UMKM Desa Tales.

Kedua, jurnal berjudul "Pendampingan Pemasaran Industri Lokal Melalui Penggunaan *Marketplace* untuk Meningkatkan Hasil Produksi Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Sidomukti Lamongan" Penulis (Faridah & Wulandari, 2020). Disini peneliti membahas mengenai

permasalahan yang sedang dihadapi oleh para pelaku industri lokal Desa Sidomukti baik itu dalam penurunan penjualan, omset, dan metode penjualan. Dengan adanya pendampingan tediharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai arti dan konsep dari pasar, manfaat dan keuntungan pemasaran melalui pasar, cara kerja pasar, proses pembuatan, cara mendaftar serta berbelanja di toko online, dan meningkatkan produksi melalui pasar.

Ketiga, jurnal berjudul "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit" Penulis (Es, Rahmi, & Aditya, 2017). Disini penulis membahas mengenai mampu bertahannya usaha-usaha di Kelurahan Malaka Sari di era digital, dalam dunia usaha digital tentu diperlukannya keaktifan dalam penggunaan media promosi. Pelaku UMKM sebetulnya tertarik dalam pemanfaatan media sosial namun masih terdapat kendala yang mereka hadapi yaitu, masih kurangnya pengetahuan teknologi dan cara penggunaan akan teknologi tersebut.

Keempat, jurnal berjudul "Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global" Penulis (Sedyastuti, 2018). Disini penulis membahas mengenai Pemberdayaan UMKM ditengah arus globalisasi serta tingginya persaingan, yang menuntut UMKM untuk siap untuk dalam menghadapi tantangan global yaitu dalam hal meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi. Belum kuatnya fundamental

perekonomian indonesia tentunya mendorong pemerintah untuk membangun struktur ekonomi dengan pertimbangan akan keberadaan UMKM serta peningkatan daya saing UMKM Indonesia yaitu berkaitan dengan pemberian informasi dan jaringan pasar, kemudahan akses pendanaan dan pendampingan serta peningkatan kapasitas teknologi informasi.

Kelima, jurnal berjudul “Strategi Pengembangan Ekonomi Desa Menuju Desa Mandiri” Penulis (Abseni, 2020). Disini penulis membahas mengenai bagaimana potensi ekonomi yang dimiliki oleh suatu desa agar dapat memberikan andil dalam mengembangkan ekonomi desa, serta dapat mengkaji apa saja yang menjadi faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang bahkan ancaman terhadap pengembangan potensi desa. Dibutuhkan peran pemerintah desa dalam mengambil langkah dan masyarakat dapat ikut serta dalam menentukan strategi pengembangan ekonomi desa, agar dapat menuju desa mandiri yaitu dimana desa dapat memenuhi kebutuhan mereka sendiri.

Keenam, jurnal berjudul "Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19" Penulis (Rosmandi, 2021). Disini penulis membahas mengenai kualitas akan Sumber Daya Manusia (SDM) berupa kreatifitas dan inovasi, seiring berjalannya waktu hal ini sangatlah mendukung akan keberlangsungan kegiatan bagi UMKM. Peranan dari pemerintah dan perbankan juga sangat dibutuhkan bagi pengembangan usaha kecil disamping dukungan dari *stakeholder* lain.

Ketujuh, jurnal berjudul "Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat" Penulis (Kadeni & Sriyani, 2020). Penulis membahas mengenai keberadaan dari UMKM tentunya memiliki peranan yang sangatlah penting, baik itu dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. UMKM dipilih karena sudah terbukti serta teruji dalam menghadapi kondisi apapun, termasuk pada krisis moneter dan peranan besarnya yaitu dalam meratakan pendapatan dan mensejahterakan masyarakat.

Kedelapan, jurnal berjudul "Potensi Inovasi Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa" Penulis (Sofianto, 2020). Penulis membahas mengenai bagaimana dilema yang dirasakan oleh desa, melimpahnya sumber daya yang dimiliki namun kesejahteraan masih rendah. Inovasi dapat dijadikan sebagai suatu kunci bagi masyarakat desa agar dapat memecahkan permasalahan kesejahteraan masyarakat desa.

Kesembilan, jurnal berjudul "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa" Penulis (Sarifah, Atmaja, & Verawati, 2019). Disini penulis membahas bagaimana UMKM memiliki peranan yang penting serta strategis dalam aspek perekonomian, disisi lain kontribusi dari pemerintah sangatlah penting untuk mendukung penguatan UMKM. Adanya penguatan menjadikan pilar dalam membangun perekonomian dapat berjalan secara optimal.

Kesepuluh jurnal berjudul "Strategi Pemasaran Melalui *Marketplace* Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Pada UMKM Desa

Pabuaran” Penulis (Mubarok, Dinantara, Susanto, Zulfitra, & Sahroni, 2021). Disini penulis membahas mengenai penerapan strategi pemasaran melalui adanya *marketplace* dalam usaha untuk meningkatkan penjualan produk, dengan cara pemasaran yang efektif pada potensi UMKM desa yang ada. Dalam penjualan tentu harus memiliki strategi yang akan dilakukan, hal ini dilakukan agar dapat meningkatkan penjualan bagi UMKM yang ada di Desa Paburan.

F. Kerangka Teori

1. Inovasi

a. Pengertian Inovasi

Inovasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai pemasukan ataupun pengenalan mengenai suatu hal yang baru, serta juga dapat berupa penemuan baru yang dimana berbeda dari sebelumnya (gagasan, metode, atau alat). Dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002, inovasi adalah sebuah kegiatan penelitian, pengembangan, atau perekayasaan yang dimana bertujuan untuk mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi. Inovasi juga dapat diartikan sebagai suatu ide, gagasan, praktek atau objek benda yang dapat disadari dan dapat diterima sebagai suatu hal yang baru oleh individu atau kelompok untuk diadopsi (Everett & Williams, 1983). Sedangkan menurut Sa’ud dalam

(Rasyidi, 2019) mengemukakan inovasi dapat diartikan sebagai suatu ide, gagasan, metode, dan barang yang dimana diamati atau dirasakan sebagai suatu hal yang baru baik itu oleh suatu individu atau sekelompok orang dapat berupa *invensi* atau *discovery*, yang memiliki tujuan untuk dapat memecahkan suatu permasalahan. Dengan adanya inovasi tentunya memiliki harapan agar dapat memberikan suatu nilai yang bermanfaat ataupun menghasilkan solusi yang kreatif.

Dari pengertian diatas inovasi adalah suatu ide atau gagasan yang dimana dipergunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan, yang awalnya dirasa tidak mungkin terjadi namun dapat dibuktikan menjadi mungkin. Inovasi secara lebih luas serta masuk dalam kehidupan sehari-hari tentunya wujud dari inovasi, tidak semuanya berupa penemuan dan belum tentu baru, melainkan bisa saja hanya suatu gagasan, metode, terobosan dan sebagainya.

Pelaku usaha yang memiliki kemampuan untuk terus melakukan inovasi, tentu akan dapat terus berkembang dan tidak akan baik itu pada aspek produk yang mereka produksi baik itu dalam bentuk barang atau jasa. Adanya pengembangan produk secara berkala tentunya akan memberikan suatu kepuasan dan ketertarikan tersendiri bagi konsumen untuk terus kembali mencobanya. Seiring berjalannya waktu tidak dapat dipungkiri, bahwa kebutuhan manusia akan terus mengalami perubahan. Maka dari itu pelaku usaha dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan dan memiliki terobosan ide-ide terbarunya, sementara itu pelaku usaha yang tidak

memiliki kemampuan dalam hal inovasi serta kreatifitas, tentunya akan berdampak pada usahanya yang sulit untuk mengalami kemajuan.

b. Proses Inovasi

Proses keputusan inovasi berdasarkan dengan teori dari Nuryamin dalam (Roger 2003:420) terdapat lima tahapan yaitu:

i. Tahapan Pengetahuan (Knowledge)

Tahapan pada terjadinya suatu proses keputusan inovasi tentu diawali dengan tahapan pengetahuan yaitu merupakan tahapan suatu individu mulai menyadari adanya inovasi serta memiliki rasa penasaran terkait dengan bagaimana inovasi tersebut.

ii. Tahapan Persuasi (Persuasion)

Pada tahapan persuasi dari proses keputusan inovasi, tentunya suatu individu akan memberikan suatu respon atau sikap bahwa individu tersebut menyukai atau tidak terhadap inovasi tersebut.

iii. Tahapan Pengambilan Keputusan (Decision)

Pada Tahapan keputusan dari proses inovasi, berlangsung jika suatu individu melakukan suatu kegiatan yang mengarah untuk menerima atau menolak akan inovasi tersebut.

iv. Tahapan Implementasi (Implementation)

Dalam tahapan implementasi tentunya akan membentuk keaktifan baik itu mental atau perbuatan.

v. Tahapan Konfirmasi (*Confirmation*)

Pada tahapan ini suatu individu akan mencari penekanan terhadap keputusan yang telah diambil, dan ia dapat menarik kembali akan keputusannya jika terdapat informasi yang berlawanan dengan informasi semula.

Secara umum inovasi memiliki tujuan untuk menciptakan suatu kondisi supaya dapat lebih berkembang dengan baik. Menurut (Makmur & Thahier, 2015), inovasi memiliki tujuan yaitu:

- i. Prespektif pelanggan, merupakan semua aspek dalam perusahaan selalu berinovasi dalam mencari pelanggan yang banyak namun, tetap memberikan pelayanan yang terbaik.
- ii. Prespektif pengelolaan bisnis internal, kondisi nyatanya bahwa setiap unsur manajemen harus mempunyai inovasi untuk dapat menciptakan suasana kondusif pada internalnya.
- iii. Perspektif pertumbuhan atau perluasan bidang usaha.

2. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian Pengembangan UMKM

Pengembangan merupakan suatu cara, proses, perbuatan mengembangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dalam (Humune, Rumapea, & Palar, 2017). Pengembangan juga memiliki makna yang lebih luas jika digunakan dalam penelitian yang nantinya akan menghasilkan produk menurut Richey dkk dalam (Haviz, 2013).

Sedangkan pengembangan dalam sektor UMKM, yaitu dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 berkaitan dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjelaskan dimana prinsip dari pengembangan yaitu merupakan usaha yang dilakuakn oleh pemerintah, pemerintah daerah, lingkup usaha serta masyatrakat yang diperuntukkan dalam memberdayakan UMKM melalui adanya fasilitas bimbingan, pendampingan, dan bantuan penguatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan serta daya saing dari UMKM itu sendiri.

Sementara itu Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu hal yang sangat penting didalam perekonomian bagi suatu daerah bahkan negara, dimana peranan yang dimiliki yaitu sebagai wadah dalam menciptakan lapangan pekerjaan yang memiliki pengaruh yang sangat besar bagi sektor perekonomian masyarakat Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Nomor 2 Tahun 2008 dijelaskan bahwa:

- i. Usaha Mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan yang termasuk dalam kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- ii. Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak dari perusahaan atau bukan cabang dari perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian

baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

- iii. Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- iv. Usaha Besar merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
- v. Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

b. Kriteria UMKM

Berkaitan dengan kriteria dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Nomor 20 Tahun 2008 pada Bab IV pasal 16 menetapkan kriteria UMKM yaitu:

- i. Kriteria Usaha Mikro yaitu memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,-. Contohnya: tukang cukur, peternak lele, warung nasi, tambal ban, peternak ayam, warung kelontong.
- ii. Kriteria Usaha Kecil yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,- sampai paling banyak Rp. 500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,-. Contoh: Mini market, industri logam, koperasi, industri rumahan, toserba, industri kerajinan tangan, dan lain-lain.
- iii. Kriteria Usaha Menengah yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,-. Contoh: usaha perkebunan, peternakan,

pertanian, kehutanan skala menengah, usaha perdagangan skala besar yang melibatkan aktivitas ekspor-impor, usaha ekspedisi muatan kapal laut, garmen, serta juga jasa transportasi seperti bus dengan jalur antar propinsi, usaha industri makanan, minuman, elektronik, serta juga logam, dan usaha pertambangan.

UMKM tentunya memiliki peranan yang sangat penting bagi perekonomian negara Indonesia, dimana diantaranya sebagai penyedia lapangan pekerjaan sampai dengan sumber pendapatan negara, Disamping itu UMKM juga menjadi salah satu industri yang memiliki konsistensi dalam menghadapi kondisi krisis, sampai dengan menjadi penyokong terbesar bagi nilai Produk Domestik Bruto. Sedangkan manfaat yang diberikan UMKM yaitu sebagai pemberdayaan masyarakat, meningkatkan pendapatan, meminimalisir tingkat pengangguran, dan menggali potensi yang dimiliki masyarakat (Setiawan, 2019).

G. Definisi Konseptual

1. Inovasi

Inovasi merupakan suatu kegiatan atau usaha dalam menciptakan kebaruan serta benar-benar berbeda dari sebelumnya.

2. Pengembangan UMKM

Pengembangan yaitu dimana usaha yang dilakuakn oleh pemerintah, pemerintah daerah, lingkup usaha serta masyatrakat yang diperuntukkan dalam memberdayakan UMKM.

H. Definisi Operasional

Definisi oprasional akan mempermudah dalam melakukan analisis data dengan memberi batasan-batasan ataupun gejala-gejala yang diidentifikasi sesuai dengan tujuan untuk menjawab masalah dalam penelitian. Terkait hal tersebut, penyusun tidak memasukkan semua jabaran dari bagian-bagian teori ke dalam definisi oprasional, tetapi memilihnya berdasarkan ketersediaan data di lapangan. **Menurut (Hermawan Asep, 2009) pengertian operasional merupakan penjelasan bagaimana kita dapat mengukur variable. Pengukuran tersebut dapat dilakukan dengan angka-angka maupun karakter tertentu. Berikut ini batasan-batasan atau gejala-gejala yang dipilih menjadi definisi oprasional sesuai dengan ketersediaan data, sebagai berikut:**

1. Indikator implementasi program balebelanja.id

- a. Inovasi
- b. Kesesuaian antara program dan manfaat
- c. Kesesuaian antara kelompok pelaksana dan manfaat

2. Faktor yang mempengaruhi implementasi program balebelanja.id

- a. Faktor pendukung, meliputi berbagai hal sebagai berikut:
 - i. Banyaknya UMKM
 - ii. Program yang mumpuni
- b. Faktor Penghambat, meliputi berbagai hal sebagai berikut:
 - i. Masih awam nya pengetahuan teknologi
 - ii. Sumber Daya Manusia (SDM)

I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini penulis memakai metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yaitu pada Angkatan Muda Muhammadiyah Balecatur (AMM Balecatur). Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Nugrahani, 2014), mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai suatu prosedur penelitian yang dimana akan menghasilkan data diskriptif, baik itu berupa kata-kata tertulis atau lisan yang diperoleh dari adanya perilaku dan individu yang diamati. Adapun pendekatan studi kasus dapat dipahami sebagai suatu penelitian yang mengkaji satu atau bahkan lebih kasus yang ada pada kehidupan nyata. Metode kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan data-data lebih mendalam, yang diperoleh dari berbagai sumber informasi seperti wawancara, dokumentasi, dan observasi (Cresswell,2013). Adapun pada penelitian ini penulis akan mengkaji dan berfokus pada satu kasus saja.

Alasan penulis memilih menggunakan pendekatan studi kasus karena dengan menggunakan studi kasus, maka penulis dapat menjabarkan terkait dengan implementasi program pemberdayaan usaha mikro melalui Balebelanja.id secara utuh seperti apa yang terjadi di lapangan, serta dapat mengoptimalkan pemahaman dengan adanya temuan yang di dapat dari adanya suatu kasus yang diteliti serta tidak mengeneralisasikan temuan yang diperoleh pada suatu kasus.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Angkatan Muda Muhammadiyah Balecatur, untuk menghimpun data yang berkaitan dengan implementasi program pemberdayaan usaha mikro melalui Balebelanja.id. Penulis memilih dan meneliti Balebelanja.id dengan alasan sejauh ini belum ada yang meneliti mengenai Balebelanja.id lebih khususnya pada aspek implementasi inovasi program Balebelanja.id. *Marketplace* Balebelanja.id merupakan hasil nyata adanya inovasi yang dilakukan oleh AMM Balecatur dalam bidang perekonomian, dengan menyediakan fasilitas bagi para pelaku usaha mikro di Kelurahan Balecatur dengan upaya memperluas jaringan pemasaran produk asli Balecatur. Kini jumlah pelaku usaha mikro yang telah terdaftar dan bergabung pada *marketplace* ini sebanyak 32. Selain itu, Balebelanja.id telah memberikan kontribusi serta mewakili Pimpinan Cabang Muhammadiyah (PCM Gamping) dalam ajang

Syaembara Sociopreneur Muhammadiyah yang dilaksanakan oleh Lembaga Pengembangan Cabang dan Ranting (LPCR PP Muhammadiyah). Dengan mengikuti syaembara tersebut Balebelanja.id terbukti membawa nama PCM Gamping sebagai pemenangnya dalam Redaksi Muhammadiyah, (2020, Desember 26). Diakses pada November 03, 2021 dari <https://muhammadiyah.or.id/berikutpemenangsayembarasociopreneur-lpcr-pp-muhammadiyah/>.

3. Unit Analisa Data

Unit analisa data pada penelitian ini merupakan satuan, baik itu pada individu, kelompok, benda atau latar peristiwa sosial, misalnya pada aktifitas yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang kemudian dijadikan sebagai subjek penelitian (Sugiyono, 2017). Dalam menentukan narasumber disini penulis menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu sampel yang dipilih didasarkan dengan kriteria yang relevan dalam penelitian ini. Penggunaan *purposive sampling* dimana penulis tidak sepenuhnya mengambil keseluruhan dari populasi, namun penulis hanya mengambil beberapa sampel yang dianggap memahami serta mengetahui kaitannya dengan implementasi dari program pemberdayaan pelaku usaha mikro melalui Balebelanja.id. Sehingga unit analisis yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

Narasumber	Jumlah
Angkatan Muda Muhammadiyah Balecatur (AMM Balecatur)	2
Pemerintah Desa Balecatur	1
Pimpinan Cabang Muhammadiyah Gamping (PCM Gamping)	1
Pelaku Usaha Mikro	2
Masyarakat	2

4. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer pada penelitian ini yaitu diperoleh dengan adanya kegiatan wawancara secara mendalam kepada narasumber yang telah ditentukan yaitu pada Angkatan Muda Muhammadiyah (AMM Balecatur), Pimpinan Cabang Muhammadiyah (PCM Gamping), Pemerintah Kelurahan Balecatur, serta para pelaku usaha yang bergabung pada *marketplace* Balebelanja.id.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan suatu data yang diperoleh penulis dari adanya studi literature serta dokumen-dokumen yang masih berkaitan dengan topik penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan komunikasi verbal yang dilakukan oleh responden dan informan guna untuk dapat memperoleh informasi. Pada penelitian ini tentunya penulis akan melakukan wawancara kepada pihak-pihak terkait yaitu pada Angkatan Muda Muhammadiyah (AMM Balecatur), Pimpinan Cabang Muhammadiyah (PCM Gamping), Pemerintah Kelurahan Balecatur, serta para pelaku usaha yang bergabung pada *marketplace* Balebelanja.id.

b. Observasi

Dalam suatu penelitian observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung pada aktivitas obyek (responden) yang akan diteliti.

c. Studi Dokumentasi

Studi Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang nantinya akan menghasilkan point penting yang berkaitan dengan penelitian penulis, sehingga akan mendapatkan hasil yang lengkap dan bukan merupakan hasil dari buah pikiran penulis itu sendiri. Penulis melakukan studi dokumentasi dengan mengumpulkan arsip dokumen terkait topik penelitian dari AMM Balecatur serta kumpulan informasi yang diperoleh dari media elektronik atau

media cetak yang masih berkaitan dengan topik pembahasan penulis.

Jenis Data	Sumber Data	Data yang Dibutuhkan	Teknik Pengumpulan Data
Data Primer	Angkatan Muda Muhammadiyah Balecatur	1. Untuk mengetahui bagaimana implementasi inovasi program Balebelanja.id 2. Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan Balebelanja.id 3. Untuk mengetahui peran serta dari bidang perekonomian dalam memfasilitasi balebelanja.id	Wawancara
	Pemerintah Desa Balecatur	Untuk mengetahui tanggapan pemerintah kelurahan Balecatur dengan adanya pengembangan <i>marketplace</i> Balebelanja.id	Wawancara
	Pimpinan Cabang Muhammadiyah Balecatur	Untuk mengetahui peran serta PCM dalam pengembanagan <i>marketplace</i> Balebelanja.id.	Wawancara
	Pelaku Usaha Mikro yang bergabung pada Balebelanja.id	Pendapat dari pelaku usaha mikro dengan adanya <i>marketplace</i> Balebelanja.id	Wawancara

Data Sekunder	Arsip Balebelanja.id pada Angkatan Muda Muhammadiyah Balecatur	1. Profil <i>marketplace</i> Balebelanja.id 2. Data Pelaku usaha yang bergabung di <i>marketplace</i> Balebelanja.id	Dokumentasi
	Artikel, berita, buku dan berbagai sumber tertulis lainnya	Berbagai kajian penelitian, berita serta buku yang berkaitan dengan pemberdayaan usaha mikro dan Balebelanja.id	Dokumentasi

6. Teknik Analisa Data

Dalam penulisan penelitian ini, penulis akan menggunakan teknik analisis data dengan model Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2015), dimana aktivitas didalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif serta berjalan secara terus menerus sampai tuntas. Teknik analisa datanya yaitu meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu proses seleksi atau pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan dan membuang data yang tidak diperlukan serta mengorganisasikan data

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses yang dilakukan untuk mempermudah agar hasil dari reduksi dapat mudah untuk dipahami. Peneliti menyajikan data dalam bentuk teks naratif agar dapat mudah dipahami oleh pembacanya.

c. Verifikasi

Verifikasi merupakan suatu proses didalam tahapan akhir dari analisis data yaitu menarik kesimpulan verifikasi. Data yang telah melalui reduksi data dan sudah tersajikan dalam bentuk narasi kemudian langkah terakhir menarik kesimpulan dari temuan yang ada dilapangan.