

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Smart economy adalah suatu konsep yang dimana transformasi teknologi dapat mewujudkan suatu inovasi yang bisa bersaing dalam berbagai macam aspek dengan memaksimalkan SDM, fasilitas sosial media dan kolaborasi melalui pemerintahan yang berbasis partisipasi masyarakat. Akhir-akhir ini teknologi informasi semakin berkembang dan meluas sehingga memunculkan berbagai macam inovasi yang dapat membantu dan juga memaksimalkan pelayanan untuk Masyarakat (Rahma & Annur, 2016). *Smart economy* merupakan wujud dari adanya perkembangan teknologi yang ada pada saat ini, dan hal ini juga merupakan bentuk pemanfaatan teknologi untuk menunjang produktivitas sebagai bentuk efisiensi agar dapat bersaing dengan negara lain (Aditya & Ashari, 2022). Konsep *smart economy* dapat diterapkan seiring dengan berkembangnya zaman, yang mana *smart economy* memiliki beberapa indikator yaitu lebih mudah (*simpler*), lebih murah (*cheaper*), lebih terjangkau (*accessible*), dan lebih cepat (*faster*). *Smart economy* dalam implementasinya sangat menggaungkan berbagai macam bentuk perkembangan digitalisasi yang berhubungan dengan ekonomi seperti, adanya layanan belanja berbasis online, transaksi menggunakan uang elektronik (Arsyad et al., 2022).

Smart economy merupakan suatu bentuk inovasi yang menjadikan ekonomi dapat menghadapi persaingan, karena dengan semakin banyaknya inovasi yang dimaksimalkan maka peluang bisnis atau usaha akan meningkat dan secara tidak langsung hal tersebut juga meningkatkan persaingan pasar (Umam & Mafruhah, 2022). *Smart economy* menjadi suatu hal yang penting karena dapat membangun ekosistem perekonomian atau industri yang dapat bersaing sehingga kesejahteraan Masyarakat dan inovasi akan semakin meningkat sehingga dapat mendorong perekonomian di suatu kota (Arsyad et al., 2022). Selain itu juga meningkatkan produktivitas dalam produksi dengan memanfaatkan teknologi sehingga produk yang dihasilkan akan lebih banyak namun sumber daya yang diperlukan hanya sedikit (Hoetoro & Satria, 2020).

Smart economy melibatkan suatu Pembangunan ekonomi yang bergerak dan mengikuti perkembangan digital yang merupakan dampak dari teknologi dan juga informasi. Perkembangan digital pada saat ini mendorong para khalayak agar selalu bergiat secara sosial dengan memanfaatkan berbagai macam media yang telah dirancang sebagai bentuk pemanfaatan teknologi (Aditya & Ashari, 2022). Dengan adanya hal tersebut jalannya ekonomi digital atau biasa disebut dengan ekonomi pintar digerakkan oleh platform digital dan sejumlah data yang terkumpul (Aditya & Ashari, 2022). Dengan begitu, terciptanya platform digital juga memberikan mekanisme yang mengajak para khalayak untuk dapat melakukan interaksi berbasis online (SiBakul, 2023b).

Penerapan *smart economy* ditandai dengan munculnya berbagai macam inovasi atau gagasan baru yang merujuk pada pola pengembangan ekonomi. Dengan diterapkannya *smart economy* dapat meningkatkan peluang usaha baru dan persaingan pasar juga akan meningkat mengikuti pola perkembangan ekonomi (Saputra et al., 2022). Adapun strategi *smart economy* berfokus pada aspek industri kreatif, dan sifatnya ketergantungan, selain itu juga memberikan keutungan seperti pada produksi, promosi, hingga transaksi yang efektif dan efisien serta memperhatikan kecondusifan agar kesejahteraan Masyarakat dapat meningkat (Pratama & Maulida, 2022). *Smart economy* menjadi suatu wujud transformasi digital terlebih bagi para pelaku ekonomi dengan adanya konsep *smart economy* ini memberikan manfaat salah satunya adalah promosi (Saputra et al., 2022). Untuk dapat menerapkan konsep *smart economy*, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) perlu mendapat arahan agar bisa beradaptasi dan memanfaatkan transformasi digital secara maksimal. Karena dengan hal tersebut dapat lebih prospektif bahkan bisa meningkatkan pendapatan daripada bisnis yang tidak berbasis digital (Fuadi et al., 2021).

Salah satu wujud inovasi dari penerapan konsep *smart economy* adalah munculnya pasar berbasis online atau yang biasa disebut dengan *online shop*. Adanya inovasi ini dapat memudahkan bagi para pembeli karena hanya dengan melalui suatu platform pembeli dapat melihat apa saja yang ditawarkan sehingga bisa mendapatkan suatu hal yang diinginkan (Fuadi et al., 2021). Begitupun sebaliknya, bagi para pelaku bisnis hal ini akan memberikan suatu peluang yang

cukup besar karena promosi produk melalui online akan lebih meluas dan siapapun dapat melihat produk yang ditawarkan (Maulidasari & Damrus, 2021) .Dengan adanya inovasi tersebut juga dapat memudahkan para khalayak karena pembayaran yang dilakukan bisa melalui uang elektronik dan juga barang yang dibeli dapat diantar sampai ke rumah (Umam & Mafruhah, 2022).

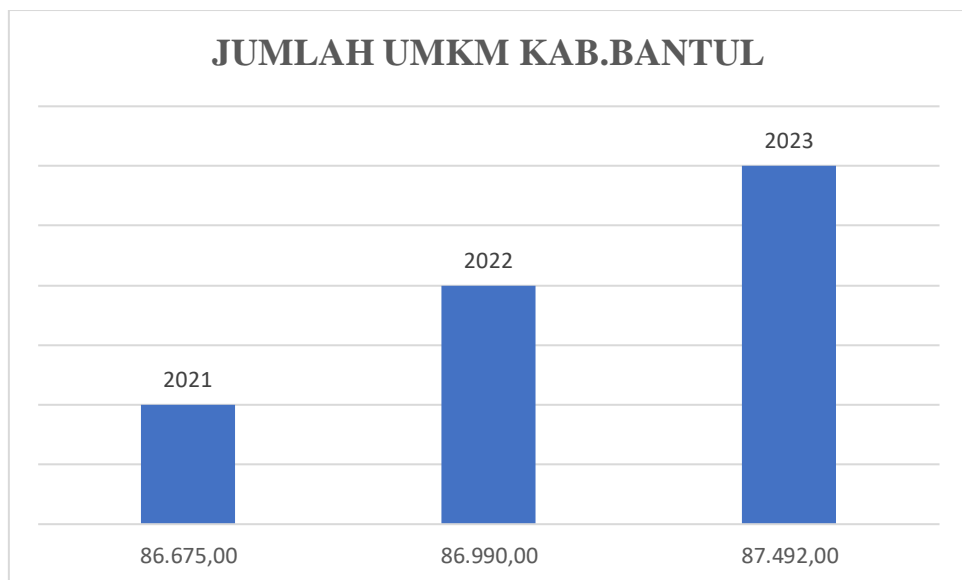
UMKM sebenarnya menjadi komponen yang penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu daerah atau kota, Namun realitanya pada saat itu UMKM yang ada di DIY dianggap belum bisa naik kelas karena masalah akses permodalan dari perbankan yang disebabkan karena UMKM tidak bisa membuat laporan keuangan standar perbankan (Kumparan.com, 2018). Kendala lain yang menghambat berkembangnya UMKM yaitu, minimnya pengetahuan para pelaku UMKM terkait dengan pemanfaatan teknologi sehingga menyebabkan produk tidak dapat dipromosikan secara luas. Selain itu juga karena tidak adanya data dan struktur yang jelas bagi koperasi dan UMKM (Hastuti, 2021). Maka dari itu pemerintah provinsi DIY menciptakan suatu inovasi digital melalui Dinas Koperasi dan UKM yaitu Sistem Informasi Pembinaan Koperasi dan UKM (SiBakul, 2023b). Inovasi ini merupakan suatu perwujudan penerapan konsep *smart economy* di provinsi DIY (Fuadi et al., 2021). SiBakul Jogja merupakan Langkah pemerintah provinsi DIY yang bertujuan untuk memudahkan pemerintah daerah dalam melakukan pendataan dan juga pembinaan agar UMKM dapat bertumbuh menjadi penggerak roda ekonomi (SiBakul. Jogjaprov, 2023).

UMKM yang bergabung dengan SiBakul akan mendapatkan pembinaan dan pelatihan melalui Dinas Koperasi dan UKM. Inovasi tersebut juga dijadikan sebagai upaya untuk memajukan UMKM agar dapat menumbuhkan ekonomi yang efektif, Tangguh, dan modern (SiBakul, 2023a). SiBakul Jogja disiapkan dalam platform website, dalam platform tersebut juga memuat data kelompok UKM yang ada di Jogja seperti nama dan Nomor Induk Kependudukan (NIK). Untuk dapat tergabung dalam SiBakul Jogja cukup dengan melakukan registrasi menggunakan KTP DIY dan juga memiliki usaha. Adanya data kelompok UKM tersebut dijadikan acuan untuk pembinaan kegiatan Koperasi dan UMKM agar kedepannya lebih terstruktur. SiBakul Jogja memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM karena produknya dapat dipasarkan secara meluas dengan berbasis teknologi digital (SiBakul, 2023b).

Kepala Dinas Koperasi dan UKM DIY dalam wawancaranya pada tanggal 06/12/2022 menyatakan bahwa UMKM yang menjadi binaan Dinas Koperasi dan UKM DIY telah terdigitalisasi dengan baik melalui database, ada sebanyak 47.571 usaha mikro kecil yang telah terdaftar dalam platform yang menggunakan system OSS (SiBakul, 2023a). Pada SiBakul Jogja terdapat enam aspek dalam tata kelola bisnis yaitu sumber daya manusia (sdm), produksi, kelembagaan, keuangan, pemasaran, dan teknologi informasi (SiBakul, 2023a). Perkembangan jumlah UMKM di Provinsi DIY khususnya Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman pasca pandemic semakin meningkat, dilansir dari data BAPEDDA pelaku UMKM

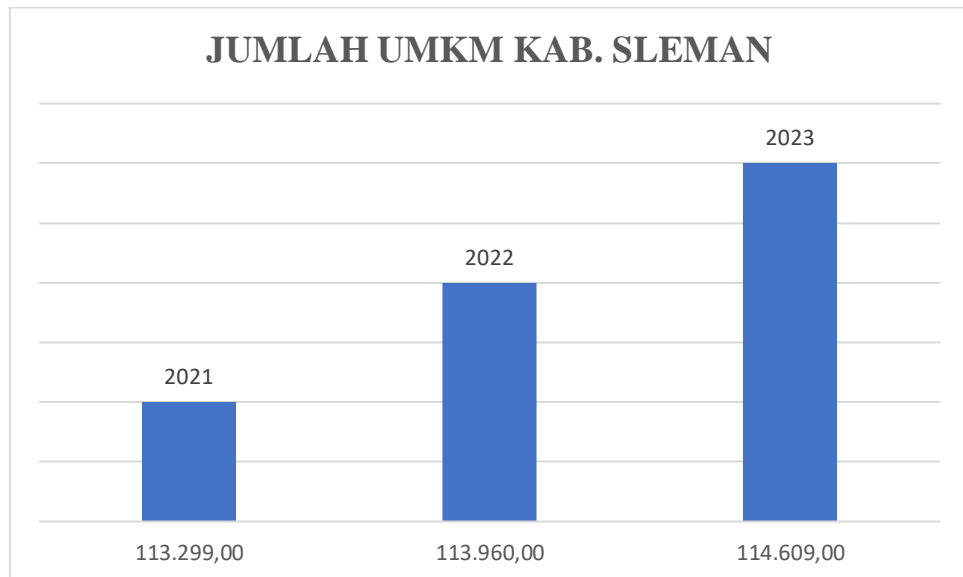
yang ada di Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman sejak 2021 hingga saat ini mengalami peningkatan, hal ini didukung oleh data sebagai berikut:

Grafik 1.1



Sumber: Bappeda & diolah penulis (2023)

Grafik 1.2



Sumber: Bappeda & diolah penulis (2023)

Didapatkan beberapa yang menjadi suatu alasan mengapa objek penelitian berfokus pada Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman yaitu karena keduanya merupakan kabupaten yang memiliki jumlah UMKM terbanyak dari keseluruhan daerah yang ada di Provinsi DIY. Kabupaten Sleman menduduki peringkat pertama kemudian Kabupaten Bantul menduduki peringkat kedua selama tiga tahun berturut-turut, hal ini didukung oleh data di atas (Bappeda.go.id, 2023). Dengan begitu UMKM yang ada di daerah tersebut berpotensi untuk lebih bisa mendorong pertumbuhan ekonomi provinsi DIY. Adapun SiBakul Jogja menjadi stimulus pemda DIY sebagai bentuk digitalisasi agar bisnis dapat dilakukan dengan optimal dan jua efisien. Melalui inovasi tersebut Dinas koperasi dan UKM DIY memiliki akses untuk memfasilitasi seperti bantuan dan pelatihan agar para pelaku UMKM di

DIY dapat beradaptasi dan memanfaatkan perkembangan teknologi digital (SiBakul, 2023a).

Adanya SiBakul Jogja memberikan dampak positif bagi para pelaku UMKM karena dapat meningkatkan inovasi dalam mengembangkan produk lokal, operasional, dan pemasaran UMKM. Melalui inovasi digital ini pemerintah juga dapat mengetahui perkembangan UMKM secara real time sehingga efektifitas pemerintah dalam membina UMKM lebih maksimal (Ambar, 2023). Dengan demikian diharapkan adanya inovasi tersebut dapat membantu untuk mendongkrak pertumbuhan ekonomi Yogyakarta. Program SiBakul Jogja menjadi penting dalam suatu Upaya transformasi digital bagi para pelaku UMKM di DIY. Karena inovasi tersebut banyak memberikan keuntungan bagi para pelaku UMKM seperti memberikan bantuan dan pelatihan terutama dalam hal digitalisasi untuk mengakses pasar *online*. Dengan fasilitas yang diberikan pemerintah ini para pelaku UMKM perlu memanfaatkan dengan sebaik mungkin sehingga peluang berkembangnya UMKM lebih besar dan mampu bersaing secara ekonomi agar dapat mewujudkan *smart economy*. Berdasarkan pada data BPS secara kumulatif perekonomian DIY pada semester 1 tahun 2023 tumbuh 5,24% (c-to-c) dengan demikian data yang diperoleh lebih tinggi jika dibandingkan dengan tahun lalu sebesar 4,3%. Kemudian pada triwulan II 2023 berdasarkan pada Produk Domestik Regional Bruto mencapai Rp44,84 triliun, pertumbuhan ekonomi tertinggi dicapai oleh perdagangan dan transportasi yaitu sebesar 10,20% (BPS DIY, 2023).

Berdasarkan penelitian sebelumnya platform SiBakul memberikan hasil yang cukup baik dalam pemberdayaan UMKM. Dapat dilihat dari hasil yang menyatakan bahwa dalam pengimplementasiannya platform SiBakul sudah memiliki sasaran yang jelas yaitu para pelaku UMKM (Ambar, 2023). Selain itu platform SiBakul juga memberikan manfaat baik bagi pelaku UMKM atau pengguna yang mana dalam SiBakul Jogja telah diterapkan *free ongkir*; SiBakul Jogja juga menjalin kerja sama dengan berbagai macam jasa pengiriman guna memudahkan pengiriman produk UMKM. Platform SiBakul telah memiliki buku panduan tentang bagaimana cara menggunakan platform tersebut (Kumparan.com, 2023). Dilatar belakangi oleh hal tersebut maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi melalui perspektif yang berbeda tentang bagaimana penerapan SiBakul sebagai inovasi pengembangan UMKM untuk mewujudkan *smart economy* di DIY. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian berbentuk skripsi dengan judul **”Pengembangan UMKM Melalui Inovasi SiBakul di Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman Untuk Mewujudkan *Smart Economy*”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang didapatkan beberapa yang menjadi suatu masalah yakni Masalah akses permodalan dari perbankan. Hal tersebut dapat ditunjukkan masih adanya kesulitan para pelaku UMKM dalam membuat laporan keuangan standar perbankan. Masih minimnya pengetahuan pelaku UMKM terkait

pemanfaatan teknologi, sehingga menyebabkan promosi produk lokal kurang meluas. Tidak ada data dan struktur yang jelas bagi UMKM di DIY. Sehingga berdasarkan permasalahan maka dapat diambil rumusan masalah yang akan diteliti oleh penulis yaitu

- 1. Bagaimana inovasi pengembangan *smart economy* melalui SiBakul di Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman?**
- 2. Bagaimana dampak inovasi pengembangan usaha bagi UMKM berbasis *smart economy* melalui SiBakul di Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman?**

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana inovasi pengembangan *smart economy* melalui SiBakul di **Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman**. Selain itu penulis juga ingin mengetahui dampak inovasi pengembangan **usaha bagi UMKM berbasis *smart economy* melalui SiBakul di Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman**. Untuk memastikan penelitian ini dilakukan secara adil dan akurat, serta dapat memenuhi tujuan penelitian tersebut, maka penulis melakukan penelitian melalui Dinas Koperasi dan UKM yang terkait, dan juga beberapa UMKM.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Secara Teoritis

1. Dilihat dari sudut pandang teoritis, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemikiran ataupun wawasan serta pengetahuan yang baru terhadap pembaca khususnya peneliti.
2. Penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan teori yang telah didapatkan selama di bangku perkuliahan.

1.4.2 Manfaat Secara Praktis

1. Pengambilan kebijakan/stakeholder

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan, pertimbangan serta masukan bagi pemerintah daerah dalam penggunaan platform SiBakul Jogja selama penerapan platform SiBakul Jogja di Provinsi DIY khususnya Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman.

2. Mahasiswa

Diharapkan penelitian ini dijadikan sebagai wawasan bagi mahasiswa dalam pemahaman keadaan lapangan, membandingkan sejauh mana pengetahuan teoritis mampu diterapkan ke dalam kondisi empiris, mendeteksi masalah yang ada serta mendapatkan ketrampilan dan inovasi dalam pemecahan masalah-masalah yang ada di lapangan tersebut. Serta dijadikan gambaran untuk terjun ke lapangan nantinya saat menjadi pegawai daerah.

1.5 Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini penulis mengambil sebanyak 10 studi terdahulu yang sesuai dengan deskripsi terkait pemanfaatan teknologi dalam mewujudkan *smart economy*: pengembangan ekonomi UMKM melalui SiBakul di Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman. Berikut adalah studi terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis:

Tabel 1.1 Studi Terdahulu

No.	Nama Penulis	Judul	Review
1.	Dimas Anugrah Dwi Saputra¹, Kismartini², Ida Hayu Dwimawanti³, & Teuku Afrzial⁴ (2022)	Mewujudkan Semarang Hebat melalui <i>Smart City</i> (Studi Kasus pada Dimensi <i>Smart economy</i> Kota Semarang	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pelaksanaan <i>smart economy</i> di Kota Semarang dengan menerapkan Semarang <i>smart city</i> . Berdasarkan indikator <i>smart economy</i> menurut para ahli terdapat tiga aspek yang dijadikan acuan yaitu, Industry, Transasction, dan Welfare. Ketiga aspek tersebut dipadukan dengan indikator program Semarang hebat. Beberapa indikator menunjukkan tren positif, namun faktor eksternal menjadi suatu hambatan bagi keberlangsungan program tersebut yaitu

			<p>adanya pandemic <i>Covid-19</i>. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan data primer (waancara), dan data sekunder (kajian Pustaka).</p>
2.	<p>Abidatul Izzah¹, Diani Mahbubatul J², Hanafia Rahma³, M. Syaifulloh Annur (2016).</p>	<p>Webmarket Produk Kayu Lokal Kediri Sebagai Upaya Mewujudkan <i>Smart Economy City</i></p>	<p>Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) menjadi suatu hal yang penting dalam mewujudkan <i>smart economy</i>. Web marketing merupakan suatu Teknik pemasaran yang sedang menjadi tren di kalangan customer. Dalam penelitian ini sesuatu web market dapat diakses oleh 3 user yaitu admin, member, dan juga pengunjung. Namun yang masih menjadi kendala adalah belum diintegrasikannya web market tersebut dengan system informasi geografis (SIG) yaitu menghubungkan dengan peta. Web market ini juga dapat diimplementasikan pada lokal unggulan seperti kuliner, dan kebutuhan lainnya.</p>

3.	Dwi Hilda Aditya1, Putra Anas Ashari (2023)	Upaya Mencapai <i>Smart Economy</i> untuk Mengembangkan Perekonomian di Kota Semarang	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Pemerintah Kota Semarang telah melakukan berbagai Upaya untuk mencapai <i>smart economy</i> dengan mengembangkan konsep Semarang <i>smart city</i> . Pemerintah Kota Semarang memberikan fasilitas <i>e-commerce</i> bagi kelompok UKM. Ada beberapa indikator pemerapan <i>smart economy</i> dalam Semarang <i>smart city</i> yaitu, tingkat pengangguran terbuka, laju pertumbuhan ekonomi, angka kemiskinan. Metode dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.
4.	M. Yusuf Indra Purnama Suryanto	SMART ECONOMY UNTUK PENGUATAN EKONOMI LOKAL KOTA SURAKARTA	Hasil dari penelitian ini yaitu <i>smart economy</i> ditandai dengan semakin banyaknya inovasi-inovasi baru untuk meningkatkan persaingan pasar modal. Ada empat indikator <i>smart economy</i> lebih murah, lebih mudah, lebih cepat, dan lebih terjangkau. Penelitian ini menggunakan metode <i>Analysis</i>

			<i>Hierarchy Project (AHP)</i>
5.	Hariyatna Syaeful Umam, Ade Yunita Mafruhah (2022)	Strategi Optimalisasi Smart Economy Dalam Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kota Bandung	Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa <i>smart economy</i> menjadi hal yang sangat penting karena pada saat ini, dengan seiring perkembangan teknologi dan informasi pergerakan ekonomi menjadi kunci dalam memajukan suatu kota. Indikator dari <i>smart economy</i> yaitu Vitalitas dan perencanaan ekonomi, kewirausahaan dan inovasi.
6.	Dwi Putri Vidiastuti, Muhadjir Darwin, Hakimul Ikhwan (2023)	Difusi dan Adopsi Inovasi SiBakul <i>Markethub Free</i> Ongkir DIY di Era Pandemi Covid-19	Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat empat elemen proses difusi inovasi SiBakul <i>Markethub</i> yaitu inovasi berbentuk pemasaran digital yang dirancang oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY. Adapun proses difusi juga didukung oleh penyebaran informasi inovasi SiBakul. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif.
7.	Annas Setiawan Prabowo, Lutfi Syafirullah (2018)	RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa adanya system informasi yang terkait dengan UMKM dapat mempermudah dalam

		DINAS KOPERASI UMKM DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA	pengelolaan UMKM seperti pendataan UMKM yang dilakukan secara <i>real time</i> atau <i>up to date</i> , sehingga mempermudah dalam penggolongan data, dan UMKM dapat digolongkan sesuai dengan kriteria yang ada. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengembangan perangkat lunak waterfall
8.	Martha Adwinda Pitaloka (2021)	PERAN DINAS KOPERASI DAN UKM DIY TERHADAP KOPERASI DAN PELAKU UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (STUDI KASUS PROGRAM SIBAKUL)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Koperasi dan UKM DIY memiliki peran penting dalam melakukan pembinaan para pelaku UMKM. Pendampingan dan pelatihan ini bertujuan untuk melakukan pengawasan dan membantu para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya. SiBakul bermanfaat dalam membantu para pelaku UMKM untuk mendapatkan target pasarnya juga dapat menciptakan roda ekonomi yang modern, Tangguh dan efektif bagi para UMKM.
9.	Anandita Zulia Putri, Lulu Amalia	Pendampingan Peran Digital Marketing	Hasil dari penelitian tersebut menyatakan

	Nusron, Zidni Husnia Fachrunnisa, Ningrum Pramudiati, Rahandhika Ivan Adyaksana (2022)	dan Pemasaran dalam Upaya Keberlangsungan Hidup pada UMKM yang tergabung dalam SiBakul	bahwa keberadaan UMKM adalah suatu potensi besar dalam membangun perekonomian, namun jenis UMKM masih kurang dikenal oleh masyarakat sehingga menyebabkan pemasaran produk kurang meluas. Dinas Koperasi dan UKM DIY memiliki peran yang penting dalam membina dan memberikan arahan bagi para pelaku UMKM karena salah satu Upaya untuk meningkatkan perekonomian Masyarakat yaitu melalui pemberdayaan UMKM.
10.	Silvie Eliana Fi'ah (2021)	STRATEGI PEMASARAN PRODUK UKM MELALUI SIBAKUL FREE ONGKIR DI DINAS KOPERASI DAN UKM DIY	Hasi dari penelitian tersebut yaitu <i>free ongkir</i> merupakan program ongkos kirim yang merupakan fasilitas yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM untuk menarik para pembeli. Selain itu strategi yang dilakukan untuk memasarkan produk UMKM adalah melalui <i>website</i> SiBakul, hal ini mampu meningkatkan minat dan daya beli Masyarakat sehingga

			<p>produk UMKM bisa dipasarkan secara luas.</p>
11.	<p>Matheus Gratiano Mali (2021)</p>	<p>Efektivitas Upaya PEMBERDAYAAN dan PERLINDUNGAN Industri Kreatif, Koperasi, dan Usaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta</p>	<p>Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa efektivitas kebijakan pemberdayaan dan perlindungan UMKM di DIY sudah cukup baik karena Upaya yang dilakukan pemerintah untuk memberdayakan UMKM dan Koperasi melalui penetapan perda DIY Nomor 9 Tahun 2019. Pemerintah daerah DIY juga melakukan pengembangan dengan memberikan fasilitas pendampingan, bimbingan, dan bantuan penguatan untuk para pelaku UMKM agar produk yang dimiliki dapat dipasarkan secara meluas.</p>
12.	<p>Christo Buana Aditama, Ida Febriana (2022)</p>	<p>Opsikm: PLATFORM EDUKATIF SEBAGAI SUPPORTING PELATIHAN DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA</p>	<p>Hasil penelitian ini menyatakan bahwa UMKM merupakan tulang punggung yang berkontribusi cukup besar dalam sektor perekonomian di DIY. Yang menjadi permasalahan utama UMKM di DIY adalah masih kurangnya kemampuan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya. Sehingga</p>

			pemerintah provinsi DIY menciptakan inovasi yaitu SiBakul untuk membantu pemasaran produk para pelaku UMKM.
13.	Rudy Suryanto, Junaidi (2022)	Kajian UMKM Naik Kelas di Kabupaten Sleman Tahun 2020(<i>Study of Upgrade MSMEs In Sleman District In 2020</i>)	Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa UMKM di Kabupaten Sleman memberikan kontribusi yang signifikan dan berpotensi menaikkan pendapatan. UMKM Sleman memiliki potensi untuk berkembang karena memiliki ekosistem yang kondusif untuk tumbuh kembang.

Dari seluruh penelitian terdahulu yang telah dicantumkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat kecocokan dengan penelitian lainnya, dimana studi terdahulu yang diatas sama-sama menjelaskan atau mengkaji tentang *smart economy* dan pengembangan UMKM melalui SiBakul. Literature review diatas rata-rata menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memaparkan hasil penelitian, selain itu juga menggunakan Teknik analisis dan jenis data yang sama dengan penelitian ini. Beberapa penelitian menyatakan bahwa UMKM menjadi potensi untuk menaikkan pertumbuhan ekonomi. Pembaharuan dalam penelitian ini, penulis tertarik untuk meneliti dengan menggunakan metode kualitatif. Yang

memberdakan dari penelitian ini adalah penulis ingin membahas bagaimana inovasi pengembangan UMKM melalui SiBakul untuk mewujudkan *smart economy*.

1.6 Kerangka Teori

Penelitian mengenai Inovasi Pengembangan UMKM Melalui SiBakul Untuk Mewujudkan *Smart Economy* di DIY memerlukan beberapa teori untuk mendukung proses penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengembangan UMKM melalui SiBakul untuk mewujudkan *smart economy* di DIY yaitu:

1.6.1 Inovasi Pengembangan

a. Inovasi

Inovasi diartikan sebagai suatu perubahan yang direncanakan guna memperbaiki praktik-praktik yang ada. Dengan demikian juga dapat diefinisikan sebagai faktor yang menyebabkan suatu perubahan, perubahan tersebut dapat dikaitkan dengan implementasi semua bidang yang terkait. Menurut Undang-Undang No. 18 tahun 2002, inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan/atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi.

Menurut Everett M. Rogers (dalam Melinda et al., 2020:208) Inovasi merupakan suatu ide, gagasan, praktek atau objek yang disadari dan dapat diterima oleh seseorang atau sekelompok orang sebagai suatu hal baru. Sedangkan menurut Gopala Khrisan (dalam Malikal Mulki Afdal, 2021:73) Inovasi merupakan sesuatu yang baru baik berbentuk gagasan, produk, metode atau bentuk pelayanan. Disisi lain Rosenfled (dalam Setiawan & Ikbai, 2019) menyatakan bahwa inovasi merupakan eksploitasi yang berhasil dari suatu gagasan baru atau mobilisasi pengetahuan keterampilan teknologis serta pengalaman dalam menciptakan suatu proses, produk, dan juga jasa baru. Inovasi juga merupakan fungsi utama dalam proses kewirausahaan.

Terlepas dari beberapa pemahaman para ahli, inovasi tidak dapat terlepas dari:

1) Pengetahuan Baru

Suatu inovasi hadir menjadi pengetahuan baru bagi Masyarakat dalam suatu system atau tatanan sosial tertentu.

2) Cara Baru

Dalam hakikatnya inovasi juga dapat berupa sebagai cara baru bagi individu atau bagi sekelompok orang agar bisa menjawab masalah atau memenuhi kebutuhan tertentu. Dengan adanya cara baru ini merupakan suatu terobosan yaitu pengganti cara lama yang berlaku sebelumnya.

3) Objek Baru

Sebuah inovasi merupakan objek baru bagi para penggunanya baik berbentuk fisik ataupun tidak berwujud.

4) Teknologi baru

Lahirnya suatu inovasi identic dengan adanya perkembangan teknologi, karena dengan adanya kemajuan teknologi berbagai macam inovasi dapat tercipta. Yang menjadi indikator adanya kemajuan suatu produk atau layanan teknologi yang inovatif biasanya dapat dilihat melalui fitur yang ditawarkan.

5) Penemuan baru

Inovasi merupakan hasil penemuan baru, dan inovasi juga merupakan hasil dari suatu proses yang sudah dirancang kemudian di implementasikan.

Karakteristik Inovasi

Menurut Everett M . Rogers inovasi ditandai dengan adanya perubahan, perubahan tersebut dapat di implementasikan dalam berbagai macam bidang. Perubahan tersebut bisa menjadi suatu inovasi didasari dengan kesadaran dan proses yang cukup Panjang. Inovasi membutuhkan suatu perubahan yang signifikan namun perubahan tidak selalu bersifat inovatif. Inovasi organisasi tidak perlu menemukan suatu proses atau perubahan yang baru untuk dikatakan inovatif. Inovasi dapat berupa perbaikan terhadap suatu yang diimplementasikan dalam organisasi tersebut. Dalam mengimplementasikan inovasi perlu adanya keyakinan bahwa inovasi tersebut akan memberikan dampak yang positif. Karakteristik inovasi merupakan sifat difusi inovasi yang mana karakteristik inovasi menjadi

salah satu penentu untuk menentukan suatu keberlangsungan inovasi (Sholahuddin, 2017).

Beberapa karakteristik inovasi yakni:

a. Keunggulan relative

Keunggulan relative ini menganggap inovasi lebih unggul dari yang pernah ada sebelumnya. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa aspek seperti *prestise social*, ekonomi, kepuasan, dan lain sebagainya. Makin berkembangnya keunggulan relative yang akan diterapkan maka akan semakin cakap inovasi yang akan diperoleh.

b. Kesesuaian

Kesesuaian dimaksudkan bahwa inovasi akan dianggap konsisten dan sesuai dengan kebutuhan jika diterapkan dengan nilai-nilai yang berlaku. Seperti halnya jika suatu inovasi diadopsi tanpa memperhatikan nilai-nilai yang berlaku maka inovasi tersebut dianggap tidak sesuai dengan apa dan bagaimana yang sebenarnya dibutuhkan.

c. Kerumitan

Hal ini dijadikan salah satu tolak ukur dalam suatu proses inovasi, ada beberapa inovasi yang sulit dipahami dan dimenergti maka untuk mengimplementasikannya pun perlu waktu yang lebih lama. Begitu pun sebaliknya jika inovasi mudah dimengerti dan dipahami maka proses pengadopsian inovasi tersebut akan lebih cepat.

d. Kemampuan diuji cobakan

Hal ini merupakan suatu keadaan dimana inovasi akan diuji coba dengan batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat di uji cobakan dengan menyesuaikan keadaan dan realitanya pada umumnya akan lebih cepat dan mudah untuk diadopsi. Maka dari itu adanya suatu inovasi perlu memperlihatkan keunggulannya dengan demikian inovasi akan lebih cepat diadopsi dan diimplementasikan.

e. Kemampuan diamati

Dalam hal ini hasil suatu inovasi akan terlihat oleh orang lain, yang dimana jika orang lain semakin mudah dalam melihat dan mengamati hasil dari suatu inovasi maka akan semakin besar kemungkinan orang tersebut dapat mengadopsi dan menerapkan inovasoi yang ada. Dapat disimpulkan bahwasannya semakin besarnya keunggulan, relative, kesesuaian, kemampuan untuk diuji cobakan, kemampuan diamati maka akan semakin cakap inovasi tersebut dapat diterima dan diterapkan beriringan dengan nilai-nilai yang ada.

Indikator-Inikator Teori inovasi

Joseph Schumpeter (dalam Handayani & Handoyo, 2020:184) berpendapat bahwa inovasi merupakan suatu proses yang menciptakan perubahan fundamental dalam suatu perekonomian. Berikut Indikator teori inovasi menurut Schumpeter:

1. Tingkat adopsi teknologi baru

Adopsi teknologi baru menjadi indikator penting dalam keberhasilan inovasi karena dengan mengadopsi berbagai pembaharuan teknologi maka dalam

pengimplementasiannya inovasi semakin unggul dan dapat diterima khalayak umum.

2. Tingkat Pertumbuhan ekonomi

Inovasi menjadi kunci pertumbuhan ekonomi yang mana semakin berkembangnya inovasi maka akan menciptakan hal baru seiring dengan perkembangan zaman dengan memanfaatkan perkembangan lainnya seperti digital. Sehingga dengan begitu jika inovasi semakin dirancang dengan maksimal maka akan menghasilkan suatu hal yang memiliki daya saing sehingga akan memberikan dampak yang baik terutama bidang ekonomi.

b. Inovasi Pengembangan

Inovasi *incremental* atau inovasi pengembangan dalam penelitian Gupta (dalam Soleh, 2008:40) diartikan sebagai suatu penyesuaian atau perubahan sederhana baik dalam jasa, produk, atau proses yang ada. Adanya konsep ini menjadikan semakin banyak perusahaan yang berupaya dan berusaha untuk dapat meningkatkan hasil investasi dan berfokus pada inovasi *incremental*. Hal yang menjadikan inovasi incremental semakin berkembang adalah program-program yang ditujukan pada suatu hal secara terus menerus untuk mengembangkan apa yang sudah ada.

Dalam penelitian lain menyebutkan juga bahwa inovasi *incremental* terjadi dengan membawa perubahan dan perkembangan baru terhadap layanan atau proses yang ada, inovasi *incremental* memiliki peran yang penting dalam mewujudkan

pembaharuan karena dengan diterapkannya konsep ini dapat menghasilkan suatu perubahan yang dapat diterapkan secara terus-menerus serta mendukung pengembangan pelayanan yang responsive (Mirnasari, 2013).

Dalam penelitian (Abdurrahman, 2020) menyatakan bahwa inovasi *inscremental* memanfaatkan potensi atau suatu rancangan yang telah ditetapkan dan memiliki dominasi kuat sehingga memiliki daya saing dan juga meningkatkan apa yang sudah ada. Inovasi *incremental* juga dapat dilakukan dengan memodifikasi suatu produk atau layanan yang telah ada dan kemudian diperbaharui agar tercipta pembaharuan dan pengembangan. Umumnya pada proses penerapan konsep tersebut tidak membawa perubahan terhadap struktur organisasi melainkan pelayanan atau produknya yang dikembangkan (Salsabila & Nawangsari, 2019).

Adapun prinsip dari inovasi *incremental* sebagai berikut:

a. Fokus pada perbaikan

Dalam menerapkan konsep inovasi *incremental* lebih berfokus pada perbaikan baik produk ataupun layanan yang ada bukan menciptakan suatu yang baru namun lebih pada mengembangkan apa yang sudah ada baik dari segi manfaat, kualitas, fungsi, dan lainnya.

b. Meningkatkan nilai tambah

Pada inovasi *incremental* ini jika diterapkan dapat memberikan manfaat yaitu meningkatkan nilai tambah layanan yang telah ada sehingga apa yang ditawarkan tidak stagnan, peningkatan nilai tambah dapat berupa salah satunya adalah kemudahan penggunaan.

c. Meningkatkan efisiensi dan daya saing

Dalam penerapan konsep inovasi *incremental* dapat melalui efisiensi pelayanan peningkatan efisiensi ini dapat berupa waktu, kecanggihan dan lain sebagainya. Adanya inovasi *incremental* ini juga dianggap mampu meningkatkan daya saing karena inovasi yang ada dapat dibandingkan dengan inovasi-inovasi lainnya.

Karakteristik inovasi *incremental*:

a. Sifatnya bertahap

Penerapan inovasi *incremental* dilakukan secara bertahap hal ini dimaksudkan agar adanya perubahan-perubahan dilakukan sedikit demi sedikit namun pasti dan menciptakan pembaharuan walaupun hanya sedikit sehingga pengembangan dan pembaharuan dalam inovasi *incremental* ini tidak dilakukan secara langsung namun melalui tahapan-tahapan tertentu.

b. Berfokus pada perbaikan

Dalam penerapan inovasi *incremental* fokusnya lebih kepada perbaikan apa yang telah ada sebelumnya tidak menciptakan suatu hal yang baru melainkan mengembangkan apa yang telah ada. Adanya perbaikan ini juga menjadi bagian dari evaluasi yang kemudian diimplementasikan

c. Tidak mengubah layanan secara signifikan

Inovasi *incremental* dilakukan tidak dengan mengubah secara signifikan melainkan pembaharuan itu dilakukan sedikit demi sedikit sehingga perubahan dan

pengembangan yang terciptapun tidak langsung signifikan, namun konsep ini menanamkan bahwa harus ada perubahan walaupun itu hanya sedikit.

Indikator-indikator inovasi *incremental*:

- a. Meningkatkan pekerjaan teknologi yang ada
- b. Metode untuk meningkatkan teknologi berskala kecil dan bernilai tambah
- c. Perbaikan kecil pada produk atau layanan yang sudah ada
- d. Perbaikan kecil pada proses yang ada

Dalam hal ini fokus inovasi pengembangan adalah inovasi pengembangan usaha Menurut Agustina 2016 (dalam Pariyem, 2019:16) inovasi pengembangan usaha diartikan sebagai proses penerapan ide baru guna meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan juga efektivitas dalam usaha. Adapun Indikator pengembangan usaha menurut Agustina 2016 :

- a. Peningkatan pendapatan

Peningkatan pendapatan menjadi suatu komponen utuh dalam pengembangan usaha yang mana jika pendapatan dari tahun ke tahun semakin meningkat maka usaha tersebut dapat dikategorikan mengalami pengembangan.

- b. Peningkatan jumlah pelanggan

Peningkatan jumlah pelanggan dapat dilihat melalui seberapa banyak pelanggan yang menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan dan hal ini mempengaruhi dan menentukan dalam suatu pengembangan usaha

- c. Peningkatan kualitas produk

Dalam hal ini kualitas barang yang dihasilkan semakin meningkat yang mana produk yang akan dipasarkan dan dijual pun semakin meningkat/.

d. Peningkatan kualitas SDM

Dalam komponen ini peningkatan kualitas SDM seiring dengan pengembangan usaha yang mana dengan semakin banyaknya inovasi yang dikembangkan dalam suatu pengelolaan usaha maka akan sumber daya yang adapun akan beradaptasi dan semakin terampil untuk mendorong usaha yang ada.

1.6.2 UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 Usaha Mikro didefinisikan sebagai usaha produktif milik orang ataupun perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang ini, Sedangkan Usaha kecil dalam Undang-Undang ini didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan ini dilakukan oleh orang ataupun perorangan/ suatu badan usahan yang bukan bagian dari cabang Perusahaan atau Perusahaan yang dimiliki ataupun menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dari usaha besar dan usaha menengah yang memenuhi kriteria usaha kecil yang dimaksud dalam undang-undang ini. Sedangkan dalam Undang-Undang ini usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan cangan Perusahaan yang dimiliki atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar.

Menurut Simmons, Armstrong, Dukrin dalam penelitiannya menyatakan bahwa UMKM merupakan suatu usaha yang hanya berlingkup pada tenaga kerja yang sedikit, pasar yang kecil. Sedangkan menurut Bank Dunia (dalam Das, 2017) UMKM didefinisikan sebagai suatu bisnis yang memenuhi dua dari tiga kriteria yaitu ukuran asset atau penjualan dan karyawan. Pertumbuhan dan perkembangan UMKM semakin meningkat, karena pemerintah menekankan pemberdayaan terhadap UMKM, UMKM bersifat lincah dan dianggap mampu bertahan dalam kondisi yang tidak memungkinkan (Sarfiah et al., 2019). Hal ini selaras dengan penelitian (Hamza & Agustien, 2019) yang menyatakan bahwa UMKM memiliki daya tahan yang lebih kuat dalam menghadapi krisis terlepas dari produktivitas yang rendah. Hal ini disebabkan karena tenaga kerja UMKM dianggap lebih fleksibel dalam penyesuaian perubahan pasar. Daya tahan fleksibilitas ini yang digunakan oleh Masyarakat sebagai sumber pencaharian. Adapun kriteria UMKM dibagi menjadi 4 bagian yakni:

a. *Livelihood Activities*

UMKM yang tergolong dalam kategori tersebut secara umum memiliki tujuan untuk mencari kesempatan kerja guna mendapatkan mata pencaharian. Pelaku usaha dalam golongan ini memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi sehingga menjadikan jumlah UMKM dengan kategori tersebut cukup tinggi di Indonesia. Kategori ini disebut juga dengan sektor informal.

b. *Micro Enterprises*

UMKM kategori ini biasanya berupa artisan atau pengrajin dan juga tidak memiliki sifat kewirausahaan. Jumlah UMKM dalam kategori ini di Indonesia relative besar.

c. *Small Dynamic Enterprises*

UMKM dalam kategori ini secara umum memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi, adanya banyak usaha yang berskala menengah dan besar juga berasal dari kategori ini. Jika dalam proses pembinaannya dilakukan dengan maksimal tidak menutup kemungkinan Sebagian UMKM yang berada pada kategori ini akan masuk ke dalam kategori ke empat. Jumlah UMKM yang tergolong dalam kategori ini relative lebih sedikit jika dibandingkan dengan kategori satu dan kategori dua, UMKM yang ada dalam kategori ini bisa menerima pekerjaan melalui sub-kontak ekspor.

d. *Fast Moving Enterprises*

Pelaku UMKM yang masuk dalam kategori ini secara umum memiliki jiwa kewirausahaan yang sesungguhnya. Kategori ini juga akan memperlihatkan usaha yang berskala menengah dan besar.

Karakteristik UMKM

Tabel 1.2 Karakteristik UMKM

No.	Aspek	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
1.	Formalitas	<ul style="list-style-type: none"> - Beroperasi pada struktur informal - Usaha tidak terdaftar 	<ul style="list-style-type: none"> - Beberapa beroperasi di sektor formal - Beberapa tidak terdaftar 	<ul style="list-style-type: none"> - Semua di sektor formal - Terdaftar dan membayar pajak

		<ul style="list-style-type: none"> - Pajak jarang/tidak dibayarkan 	<ul style="list-style-type: none"> - Hanya sedikit yang membayar pajak 	
2.	Organisasi dan Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> - Dijalankan oleh pemilik - Tidak menerapkan pembagian tenaga kerja internal - Manajemen dan struktur organisasi formal (MOF) - Sistem pembukuan formal (ACS) 	<ul style="list-style-type: none"> - Dijalankan oleh pemilik - Tidak ada ILD, MOF, ACS 	Banyak yang memperkejakan menejer professional dan menerapkan ILD, MOF, ACS
3.	Sifat dan Jangka kerja	Secara umum lebih banyak yang menggunakan anggota keluarga yang tidak dibayar	Beberapa menggunakan tenaga kerja yang tidak digaji	<ul style="list-style-type: none"> - Semua memakai TK yang digaji - Semua memiliki sitem perekrutan formal
4.	Pola dari proses produksi	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkatan mekanisme sangat rendah umumnya manual - Tingkat teknologi sangat rendah 	Beberapa menggunakan mesin-mesin baru	Banyak yang mempunyai tingkat mekanisme yang tinggi (memiliki akses terhadap teknologi tinggi)
5.	Orientasi pasar	Umumnya menjual ke pasar lokal untuk kelompok berpendapatan rendah	Banyak yang enjual ke pasar domestic dan ekspor, melayani kelas menengah ke bawah	<ul style="list-style-type: none"> - Semua menjual ke pasar domestic dan banyak yang ekspor - Melayani kelas menengah ke atas

6.	Latar belakang ekonomi dan sosial dari pelaku usaha	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat Pendidikan rendah dan berasal dari rumah tangga (RT) miskin - Motivasi utama untuk bertahan hidup 	<ul style="list-style-type: none"> - Banyak yang berpendidikan baik dan berasal dari RT non miskin - Banyak yang bermotivasi/bisnis mencari profit 	<ul style="list-style-type: none"> - Sebagian besar berpendidikan baik dan berasal dari RT Makmur - Motivasi utama adalah mencari profit
7.	Sumber bahan baku dan modal	Umumnya menggunakan bahan baku lokal dan uang sendiri	Beberapa memaiki bahan baku impor serta memiliki akses ke kredit formal	Banyak yang memakai bahan baku impor dan memiliki akses ke kredit formal
8.	Hubungan ekonomi	Umumnya tidak memiliki akses terhadap program-program pemerintah dan juga tidak memiliki hubungan bisnis dengan usaha besar	Banyak yang memiliki akses ke program pemerintah dan juga memiliki hubungan bisnis dengan usaha besar (termasuk penanaman modal asing atau PMA)	Sebagian besar memiliki akses terhadap program pemerintah dan banyak juga yang memiliki hubungan bisnis dengan usaha besar
9.	Pengusaha wanita	Rasio Wanita terhadap pria yang berprofesi sebagai pengusaha sangat tinggi	Rasio Wanita terhadap pria yang memiliki profesi sebagai pengusaha cukup tinggi	Rasio wanita terhadap pria yang berprofesi sebagai pengusaha sangat rendah

Sumber: Tulus T. H. Tambunan (2009)

Indikator UMKM

a. Laba

Dalam hal ini laba diartikan sebagai hasil yang diperoleh setelah dikurangi dengan modal produksi dan biaya lainnya.

b. Wilayah pemasaran

Wilayah pemasaran diartikan sebagai jangkauan daerah yang menjadi target dalam suatu proses jual beli.

c. Tenaga kerja

Tenaga kerja merupakan individu yang melaksanakan tanggung jawab dan tugas yang diberikan oleh atasan atau pemilik usaha

d. Modal

Dalam hal ini modal merupakan suatu hasil produksi yang selanjutnya digunakan untuk memproduksi lebih lanjut bahkan dalam jumlah yang lebih besar.

1.6.3 *Smart Economy*

Ekonomi merupakan salah satu fondasi yang mendukung suatu wilayah, negara, atau kota. Untuk memastikan pengelolaan ekonomi berjalan lebih efisien dan modern, penting untuk mengadopsi pendekatan yang terkomputerisasi. Dalam berbagai literatur, konsep smart economy dijelaskan sesuai dengan sudut pandang peneliti yang berbeda. Secara umum, smart economy merujuk pada strategi yang diterapkan oleh perusahaan dengan cerdas untuk menciptakan inovasi baru dan mencapai keuntungan yang signifikan dengan biaya yang lebih rendah (M & Listya, 2018).

Menurut Cohen 2014 (dalam Indrawati et al., 2018:175) Konsep *Smart economy* berkaitan dengan perekonomian yang terbuka, transparan, dan juga bervariasi. *Smart economy* akan memfasilitasi lingkungan usaha yang efektif dan efisien yaitu dengan mempromosikan dan juga mendorong inovasi. Karena dengan

adanya smart economy akan menjamin keberhasilan pertumbuhan ekonomi suatu kota dan juga keberlangsungan masyarakatnya. Disisi lain Menurut S. Alawadhi 2012 (dalam Faizal & Putri, 2018:11) *Smart economy* merupakan kemampuan untuk mengatasi suatu tantangan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan yang baru, dan juga membangun usaha baru, serta peningkatan daya tarik dan daya saing regional. Sedangkan menurut A. Arifin (dalam Faizal & Putri, 2018:11) *Smart economy* memiliki sifat kompetitif diberbagai bidang seperti inovasi, kewirausahaan, efisiensi pasar dan tenaga kerja, fleksibilitas dan integrasi di pasar global. Disisi lain T. Bakici (dalam Faizal & Putri, 2018:11) menyatakan *Smart Economy* merupakan pembentukan kluster inovasi dan juga Kerjasama antara Perusahaan, lembaga penelitian, dan warga negara yang bertujuan untuk melaksanakan, mengembangkan, serta mempromosikan inovasi melalui digital.

Prinsip-prinsip *Smart economy*

Menurut Jurgita Bruneckiene (dalam Faizal & Putri, 2018:11) ada beberapa karakteristik dari *smart economy* yaitu produktif, inovatif, digital, *integral green* bertanggung jawab secara sosial, jaringan juga respon yang cepat. Pencapaian karakteristik dalam *smart economy* dalam lingkup ekonomi nasional menjadikan suatu kota lebih transparan, layak, mudah diakses dan tumbuh dengan cepat sehingga menguntungkan bagi lingkungan sekitar. Dalam prespektif ini smart economy dianggap penting karena dapat menentukan daya saing perekonomian.

Vinod Kumar (dalam Indrawati et al., 2018:173) menyatakan ada beberapa hal yang harus diterapkan dalam smart economy yaitu:

- a. *Smart economy* perlu didorong oleh inovasi dan didukung dari segi akademik yang berfokus pada penelitian mutakhir, industry, perencanaan, dan pengembangan
- b. Adanya kreativitas dan menyambut hal-hal baru.
- c. Siap menghadapi tantangan dan yang ada pada globalisasi ekonomi
- d. Berfikir secara lokal, bertindak secara regional, dan bersaing secara global

Smart economy memiliki tiga sub pilar yaitu 1. Membentuk ekosistem industry yang memiliki daya saing 2. Memajukan kesejahteraan Masyarakat 3. Membentuk ekosistem transaksi dalam perekonomian. Adapun dimensi dari *smart economy* yaitu 1. Ekosistem industri yang memiliki daya saing 2. Kesejahteraan Rakyat 3. Ekosistem transaksi keuangan (Meiryani, 2022).

Karakteristik *Smart Economy*

Menurut Bruneckienė and Šinkūnė (dalam Galperina et al., 2016) menyatakan ada beberapa karakteristik dari *smart economy* yaitu:

- a. Inovasi

Smart economy dapat mendorong inovasi dalam berbagai macam bidang seperti teknologi, bisnis, dan sosial. Inovasi teknologi juga dapat meningkatkan efisiensi serta produktivitas dalam aktivitas perekonomian. Dalam suatu inovasi perlu adanya pembaharuan pelayanan guna memenuhi kebutuhan Masyarakat, dengan begitu kesejahteraan Masyarakat dapat meningkat.

b. Digitalisasi

Digitalisasi merupakan suatu proses transformasi dalam segala hal menjadi digital. *Smart economy* memanfaatkan adanya teknologi digital sebagai media untuk mengintegrasikan berbagai macam sektor ekonomi. Dengan begitu efisiensi dan efektivitas kegiatan ekonomi akan meningkat. Teknologi digital juga dapat digunakan sebagai media penghubung antara produsen dengan konsumen sehingga dapat meminimalisir pengeluaran biaya transaksi.

c. Keterampilan digital

Selain digitalisasi keterampilan digital juga dibutuhkan sumber daya yang memiliki keterampilan digital agar dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Keterampilan digital mencakup berbagai kemampuan seperti dalam menggunakan perangkat lunak, analisis data, juga semua yang berbasis online

d. Efisiensi sumber daya

Smart economy juga memperhatikan aspek sumber daya baik itu sumber daya alam atau lingkungan. Dalam konsepnya *smart economy* berupaya untuk dapat mengurangi penggunaan sumber daya alam dan lingkungan yang tidak perlu tanpa harus mengurangi produktivitas dan kesejahteraan Masyarakat.

e. Kesejahteraan Masyarakat

Smart economy memiliki tujuan untuk dapat meningkatkan kesejahteraan Masyarakat melalui berbagai kebijakan dan juga program-program. Kesejahteraan mencakup berbagai aspek seperti pendapatan, Kesehatan, dan Pendidikan.

Indikator *smart economy*

Menurut Cohen 2014 (dalam Purnama & Suryanto, 2020:49) dijelaskan indikator *smart economy* yang menjadi faktor pengembangan *smart economy* itu sendiri terbagi menjadi empat yaitu:

a. Inovasi

Dalam hal ini inovasi menjadi salah satu kunci utama dalam suatu pertumbuhan ekonomi karena adanya inovasi akan mendorong pertumbuhan ekonomi dalam menghadapi persaingan. Indikator inovasi juga dapat digunakan untuk mengetahui kemampuan bertransformasi khususnya dalam perekonomian untuk menghasilkan produk dan layanan baru yang inovatif

b. Kewirausahaan

Kewirausahaan menjadi dasar yang paling utama dalam ekonomi yang berbasis pengetahuan. Adanya indikator kewirausahaan dapat digunakan untuk melihat kemampuan suatu perekonomian guna menciptakan dan juga mengembangkan bisnis baru.

c. Produktivitas

Produktivitas dalam *smart economy* menjadi suatu komponen penting karena dengan meningkatnya produktivitas akan meningkatkan daya saing dan akan menarik investasi masuk. Produktivitas dapat dilihat melalui Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) per kapita.

d. Konektivitas lokal dan global

Konektivitas lokal global menjadi penting guna memastikan bahwasannya perekonomian juga dapat bersaing di pasar global. Indikator ini dapat digunakan untuk melihat tingkat keterkaitan suatu perekonomian dengan perekonomian dunia.

Dari ketiga teori yang telah dipaparkan diatas penulis berfokus pada dua teori yaitu *Smart economy*, dan inovasi pengembangan (usaha). Pada teori smart economy penulis menggunakan teori smart economy menurut Cohen tahun 2014 dengan mengintegrasikan beberapa indikator smart economy yang relevan untuk penelitian ini yakni Produktivitas dan inovasi. Sedangkan pengembangan usaha penulis menggunakan pengembangan usaha menurut Agustina tahun 2016 dengan mengintegrasikan beberapa indikator pengembangan usaha yang relevan untuk penelitian ini yakni, peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan kualitas SDM, dan peningkatan pendapatan.

1.7 Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan suatu konsep yang menjelaskan terkait dengan topik penelitian dengan cara yang lebih umum dan abstrak. Definisi konseptual memberikan pemahaman kepada pembaca secara mendalam tentang apa yang sedang diteliti melalui identifikasi elemen utama pada penelitian. Agar pembaca mudah dalam memahami apa yang akan diteliti pada penelitian ini, maka penulis mendefinisikan beberapa elemen utama yang berhubungan dengan apa yang akan diteliti, sebagai berikut:

1. Inovasi (Pengembangan *smart economy*)

Dalam pengembangan *Smart economy* inovasi merujuk pada teknologi digital yang mana merupakan suatu konsep ekonomi yang menutamakan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk dapat mendukung peningkatan efisiensi, produktivitas, juga daya saing suatu negara. *Smart economy* juga suatu bentuk inovasi yang menjadikan perekonomian memiliki daya saing

2. Inovasi (Pengembangan usaha)

Inovasi dalam pengembangan usaha merujuk pada suatu proses untuk menciptakan, mengembangkan, dan juga penerapam ide-ide baru atau pembaharuan dalam segala aspek usaha seperti layanan , proses operasional, dan strategi pemasaran.

3. UMKM

UMKM merupakan kepanjangan dari “Usaha Mikro,Kecil, dan Menengah” UMKM juga merupakan usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan. UMKM berperan penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. UMKM menyerap tenaga kerja yang cukup besar, dan meningkatkan PDB yang cukup signifikan, serta dapat menggerakkan roda perekonomian di berbagai daerah.

1.8 Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana penulis akan mengamati indikator-indikator yang ada didalam penelitian guna memastikan terdapat kesamaan pemahaman antara penulis dengan pembaca dalam

memahami indikator penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan indikator inovasi pengembangan *smart economy* dan indikator inovasi pengembangan usaha karena indikator tersebut relevan dengan penelitian ini.

Tabel 1.3 Definisi Operasional

Dimensi	Indikator	Definisi
Inovasi Pengembangan <i>Smart Economy</i> Cohen 2014	Produktivitas	Tingkat produktivitas perekonomian DIY melalui pengembangan UMKM, perekonomian dengan tingkat produktivitas yang tinggi menunjukkan bahwa perekonomian di wilayah tersebut efisien dalam menggunakan sumber daya, hal ini dapat dilihat dengan output per tenaga kerja atau UMKM.
	Inovasi (Digital)	Inovasi digital bidang perekonomian di DIY yakni SiBakul. Inovasi tersebut juga dapat menunjukkan tingkat inovasi berbasis digital di DIY. Inovasi tersebut dapat dilihat melalui jumlah UMKM dan produk yang terdaftar dalam SiBakul.
Inovasi Pengembangan Usaha Agustina 2016	Peningkatan Jumlah Pelanggan	Pengembangan UMKM melalui SiBakul berpotensi memberikan peningkatan jumlah pelanggan terhadap pelaku UMKM. Hal ini dapat dilihat dari seberapa banyak pelanggan yang tertarik dengan apa yang ditawarkan.
	Peningkatan Kualitas SDM	Selain pengembangan UMKM melalui SiBakul juga dapat meningkatkan kualitas SDM para pelaku UMKM, dikarenakan pelaku UMKM dapat memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh Pemprov. Hal ini dapat dilihat melalui bagaimana cara pemerintah mendorong UMKM dalam beradaptasi dengan SiBakul

	Peningkatan Pendapatan	Dengan adanya peningkatan jumlah pelanggan hal ini berpotensi meningkatkan pendapatan UMKM melalui SiBakul. Hal ini dapat dilihat melalui seberapa banyak produk yang terjual melalui SiBakul
--	------------------------	---

1.9 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Dalam pengertiannya menurut Sugiyono (dalam Creswell, 2013:71) metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat dan bertujuan untuk meneliti suatu kondisi ilmiah (eksperimen) yang mana peneliti berperan sebagai instrument, dalam penelitian kualitatif teknik pengumpulan dan analisis data lebih berfokus pada maknanya. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis suatu objek penelitian atau fenomena melalui interaksi sosial, sikap, dan pandangan seseorang ataupun kelompok.

1.9.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan model pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (Saleh, 2021) pendekatan kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang hasilnya adalah data bersifat deskriptif berupa kata-kata lisan ataupun tertulis yang bersumber dari informan dan suatu perilaku ataupun fenomena yang diamati. Penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif berupa kalimat yang diperoleh dari informan atau suatu yang diamati. Penulis memilih pendekatan ini karena dirasa sesuai dengan

topik yang akan diteliti agar dapat mendeskripsikan secara jelas dan rinci terkait dengan Inovasi pengembangan UMKM melalui SiBakul untuk mewujudkan *Smart economy* di DIY.

1.9.2 Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitiannya di Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman. Lokasi ini dipilih karena Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman memiliki jumlah UMKM tertinggi yang ada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini berdasarkan pada data jumlah UMKM selama tiga tahun berturut-turut yang mana Kabupaten Sleman menempati peringkat pertama kemudian Kabupaten Bantul ada pada peringkat kedua.

1.9.3 Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Menurut Fuadah (dalam Damayanti, 2022:42) data primer adalah sumber data yang langsung diberikan oleh narasumber kepada peneliti. Data primer dapat didapatkan dengan wawancara antara narasumber dengan peneliti, observasi, serta dokumentasi dengan narasumber atau informan yang terlibat dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan wawancara, observasi dan observasi.

1. Wawancara

Wawancara penelitian merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara yaitu tanya jawab antara peneliti dengan narasumber. Dalam melakukan pengumpulan data, penulis melakukan wawancara secara mendalam terhadap 12 orang narasumber yang diklasifikasikan kedalam dua kelompok. Kelompok pertama terdiri dari terdiri dari narasumber dengan kriteria memiliki keahlian dan memiliki wewenang dalam bidang pengembangan UMKM melalui SiBakul yaitu Dinas Koperasi dan UKM Provinsi DIY, Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bantul, Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sleman. Kelompok kedua terdiri dari pelaku UMKM yang ditentukan berdasarkan dua kriteria. Pertama adalah UMKM yang ada di Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman dan tergabung dalam SiBakul Jogja. Kedua UMKM yang tergabung dalam markethub SiBakul. Berikut penulis menyertakan narasumber yang akan di wawancarai:

Tabel 1.4 Sasaran Narasumber

No.	Narasumber	Status Narasumber
1.	Dinas Koperasi dan UKM DIY	Kepala Pengembangan Kewirausahaan KUKM
2.	Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bantul	Bidang Administrasi Online
4.	Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sleman	Bidang pengelola data kreativitas dan Inovasi
5.	Pelaku UMKM	4 pelaku UMKM yang tergabung dalam SiBakul: 2 Pelaku UKM Kab. Bantul, 2

		Pelaku UKM Kab. Sleman
--	--	---------------------------

Dalam pengembangan penelitian ini, penulis telah mengidentifikasi perlunya melakukan perubahan narasumber dalam bagian metode penelitian. Oleh karena itu, penulis memperbarui narasumber yang sebelumnya telah disebutkan dalam metode penelitian awal dengan narasumber baru yang lebih relevan terhadap penelitian ini. Guna mendukung kebutuhan informasi pada topik penelitian ini, penulis merubah jumlah narasumber yang semula 12 menjadi 7 narasumber. Kelompok pertama terdiri dari terdiri dari narasumber dengan kriteria memiliki keahlian dan memiliki wewenang dalam bidang pengembangan UMKM melalui SiBakul yaitu Dinas Koperasi dan UKM Provinsi DIY, Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bantul, Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sleman. Sementara pada kelompok kedua yaitu pelaku usaha SiBakul Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman dengan jumlah 4, yang terdiri dari 2 pelaku usaha SiBakul Kabupaten Bantul dan 2 pelaku usaha SiBakul Kabupaten Sleman. Perubahan narasumber yang peneliti lakukan didasarkan oleh beberapa alasan. Pertama, pada Dinas Koperasi dan UKM DIY karena yang bertanggung jawab atas SiBakul yaitu bagian pengembangan kewirausahaan KUKM. Dan kedua, pelaku usaha yang awalnya berjumlah keseluruhan 8 dari Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman diubah menjadi 4 pelaku dengan masing-masing 2 di Kabupaten Bantul dan 2 di Kabupaten

Sleman. Perubahan ini dilakukan karena tidak ada pengelompokan khusus bagi pelaku usaha, hanya berdasarkan jenis usahanya.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari jurnal, buku referensi, laporan-laporan, dan media internet yang memiliki keterkaitan dengan apa yang akan diteliti. Data sekunder juga bermanfaat untuk mendukung data primer. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan dengan dokumentasi melalui jurnal, artikel, dan berita yang terkait dengan Pengembangan UMKM melalui SiBakul di Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman untuk mewujudkan *Smart Economy*.

1. Dokumentasi

Menurut Suharsini Arikunto (Sukandar et al., 2012:41) dokumentasi merupakan suatu metode dalam mencari data berupa buku, transkrip, notulen, dan dokumen arsip terkait dengan penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk melengkapi data wawancara. Metode dokumentasi juga merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan mempelajari apa yang telah didokumentasikan.

1.9.4 Teknik Analisa Data

Analisis data merupakan suatu kegiatan penelitian dalam bentuk proses penyusunan dan juga pengelolaan data dengan menggunakan penafsiran data dan telah diperoleh. Menurut Sugiyono (dalam Melyza & Aguss, 2021:10) teknik analisis data didefinisikan sebagai suatu langkah dalam proses mencari dan

Menyusun secara sistematis dan data yang didapatkan berasal dari hasil catatan lapangan, hasil wawancara, dan juga hasil dokumentasi. Hal tersebut dilakukan dengan cara menstrukturkan data ke dalam sebuah kategori kemudian dalam penyusunan dijabarkan kedalam suatu pola dan memilih data mana yang dianggap penting untuk dijadikan suatu kesimpulan.

a. Penumpulan data

Penumpulan data merupakan tahap awal dalam analisis data dimana dalam prosesnya perlu mengumpulkan informasi atau fakta-fakta yang relevan untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara. Observasi lapangan di beberapa UMKM dilaksanakan dengan rentang waktu selama satu minggu. Adapun wawancara dilakukan terhadap 12 orang informan dilaksanakan dengan rentang waktu pelaksanaan selama dua minggu.

b. Reduksi Data

Reduksi merupakan proses mengurangi kompleksitas data dengan menghilangkan atau menggabungkan beberapa informasi yang didapat. Data yang telah terkumpul dari observasi lapangan, akan dibuat dalam bentuk transkrip. Kemudian, transkrip tersebut akan ditelaah serta diberi kode ataupun warna pada kalimat yang memiliki kesamaan makna. Selanjutnya, kode-kode ini dikategorikan berdasarkan kesamaan substansi.

c. Penyajian data

Penyajian data sendiri merupakan Kumpulan informasi yang telah tersusun kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan. Penyajian data ini dilakukan untuk mendapatkan data penelitian dalam bentuk narasi sehingga perlu adanya penyederhanaan tanpa mengurangi isinya.

d. Penarikan kesimpulan

Dalam suatu analisis data penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir yang mana ditandai dengan adanya penarikan data yang telah dikemukakan sejauh penafsiran penulis. Pada tahap ini penulis akan menarik kesimpulan berupa jawaban atas pertanyaan penelitian berdasarkan hasil analisis dari data-data yang telah diperoleh dan diolah.