

Analysis of the Use of SiBakul Jogja to Increase the Competitive Value of MSMEs Businesses in Jogja Province

Ulfa Maratus Solihah^{1*}, Bambang Septiawan²

Universitas Islam Balitar Blitar

Corresponding Author: Ulfa Maratus Solihah ulfashol12@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: SiBakul Jogja, MSMEs, Competitiveness

Received : 5 January

Revised : 13 January

Accepted: 25 February

©2024 Solihah, Septiawan: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This study examines "SiBakul Jogja" as an electronic market platform to boost Jogja MSMEs' competitiveness. The qualitative research method involves document analysis to retrieve relevant data from numerous papers. This approach involves collecting data from papers, books, journals, and notes without research subjects' participation. According to research, "SiBakul Jogja" boosts brand visibility, market reach, and MSMEs' business training. Seller competition and stock management are challenges. This study advises MSMEs on using e-market platforms to succeed in the digital age. This report helps illustrate how "SiBakul Jogja" helps MSMEs compete and overcome growing business complexity

Analisis Penggunaan SiBakul Jogja untuk Meningkatkan Value Competitive Business UMKM Provinsi Jogja

Ulfa Maratus Solihah^{1*}, Bambang Septiawan²

Universitas Islam Balitar Blitar

Corresponding Author: Ulfa Maratus Solihah ulfashol12@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: SiBakul Jogja, UMKM, Daya Saing

Received : 5 January

Revised : 13 January

Accepted: 25 February

©2024 Solihah, Septiawan: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji “SiBakul Jogja” sebagai platform pasar elektronik untuk mendongkrak daya saing UMKM Jogja. Metode penelitian kualitatif melibatkan analisis dokumen untuk mengambil data yang relevan dari berbagai makalah. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data dari makalah, buku, jurnal, dan catatan tanpa partisipasi subjek penelitian. Menurut penelitian, “SiBakul Jogja” meningkatkan visibilitas merek, jangkauan pasar, dan pelatihan bisnis UMKM. Persaingan penjual dan pengelolaan stok menjadi tantangan. Studi ini memberikan saran kepada UMKM dalam menggunakan platform e-market agar sukses di era digital. Laporan ini membantu menggambarkan bagaimana “SiBakul Jogja” membantu UMKM bersaing dan mengatasi kompleksitas bisnis yang semakin berkembang

PENDAHULUAN

Koperasi, usaha mikro, kecil, dan menengah (KUMKM) di Indonesia sangat penting. Keduanya penting bagi pertumbuhan ekonomi. KUMKM memberikan kontribusi sebesar 5,17% terhadap pertumbuhan ekonomi tahun 2018. Pada Maret 2019, UKM menyumbang 97,2% penyerapan tenaga kerja dan 60,34% PDB di Indonesia. Koperasi dan UMKM sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi negara.

Daerah Istimewa Yogyakarta, seperti daerah Indonesia lainnya, memiliki beberapa UMKM. UMKM DIY tumbuh signifikan dalam lima tahun sebelumnya. Terdapat 259.581 unit usaha pada tahun 2018, naik 4,57% dari tahun 2017.

Data menunjukkan UMKM Indonesia mampu mendongkrak perekonomian. Pemerintah daerah berupaya aktif membantu UMKM. Pelatihan, bantuan, dan konsultasi menjadi prioritas pemerintah bagi UMKM. Pemerintah daerah berupaya meningkatkan kualitas usaha untuk bersaing di pasar yang sulit.

UMKM membutuhkan adopsi teknologi untuk bersaing di era digital. Digitalisasi membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, akses pasar melalui platform online, dan kualitas produk.

UMKM sering menghadapi permasalahan seperti terbatasnya ketersediaan pendanaan, kendala teknologi, terbatasnya jangkauan pasar, dan kurangnya keahlian manajerial. SiBakul Jogja dan program serupa diciptakan untuk mengatasi permasalahan tersebut dan mendukung pertumbuhan UMKM.

Digitalisasi membantu mengatasi tantangan dunia yang sangat terhubung dan teknologi yang berkembang pesat. Hal ini memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengembangan UMKM.

Pemerintah DIY berupaya mengumpulkan data dan mengelompokkan UMKM di daerah melalui program SiBakul Jogja. Pengumpulan data akan membantu memperoleh wawasan lebih dalam mengenai profil dan atribut usaha UMKM. Clustering mencoba mengkategorikan UMKM serupa atau terkait untuk meningkatkan sinergi dan kolaborasi di antara mereka.

Program ini membimbing, melatih, dan memberi nasihat kepada UMKM di bidang manajemen, pemasaran, keuangan, dan teknologi untuk meningkatkan kinerjanya. Peningkatan kualitas ini membantu UMKM bersaing di pasar yang lebih kompetitif.

Melalui SiBakul Jogja, pemerintah DIY mendorong pertumbuhan ekonomi dan kewirausahaan untuk memberdayakan masyarakat lokal.

Digitalisasi dan pengembangan sirkular digunakan dalam program SiBakul Jogja untuk mendukung UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pendekatan holistik ini bertujuan untuk membantu UMKM mengatasi tantangan saat ini dan memanfaatkan peluang digital.

Penelitian ini akan mengkaji bagaimana “Sibakul Jogja” meningkatkan nilai saing UMKM di Provinsi Jogja. Dalam menghadapi persaingan komersial yang ketat, UMKM harus menemukan solusi efektif untuk meningkatkan nilai pasarnya. Platform “Sibakul Jogja” bertujuan untuk membantu UMKM dalam mengatasi kesulitan tersebut. Penelitian ini akan menggunakan studi kasus untuk menunjukkan bagaimana platform ini membantu UMKM. Evaluasi literatur juga akan menggabungkan studi platform analog dari berbagai sektor dan tempat untuk meningkatkan penelitian ini. Kajian ini akan membantu mengetahui seberapa baik platform “SiBakul Jogja” dalam mendorong pertumbuhan dan daya saing UMKM di Jogja.

TINJAUAN PUSTAKA

1. UMKM

Niode (2019) menemukan permasalahan umum yang dihadapi UMKM.

- a) UMKM menghadapi tantangan pemasaran yang lebih tinggi selama krisis keuangan seperti krisis moneter Asia tahun 1998. Tantangan dalam memperoleh pinjaman dari bank menghambat UMKM dalam meningkatkan kualitas produk dan mempertahankan jaringan pemasaran.
- b) Kendala keuangan biasanya menghalangi UMKM mengakses pembiayaan dari lembaga perbankan tradisional, sehingga menyebabkan mereka mencari pendanaan dari sumber informal. Lokasi bank yang terpencil, persyaratan kredit yang ketat, atau kurangnya pemahaman tentang program pinjaman mungkin menjadi penyebabnya.
- c) Permasalahan sumber daya manusia melanda UMKM, antara lain kurangnya pengalaman di bidang kewirausahaan, manajemen, produksi, pengembangan produk, dan pengendalian kualitas.
- d) UMKM seringkali kesulitan mendapatkan bahan mentah, sehingga dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutannya.
- e) Keterbatasan teknologi: Banyak UMKM yang menggunakan teknologi manual sehingga menurunkan output dan kualitas produk.
- f) Pengusaha kecil seringkali memiliki keterbatasan dalam bakat manajerial mereka, yang dapat menghambat pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.
- g) UMKM dan pengusaha besar bekerja sama secara adil untuk menyelesaikan permasalahan lingkungan dengan menggunakan kecerdikan dan fleksibilitas mereka.

Meski menghadapi kendala, UMKM memiliki keunggulan pada kreativitas, inovasi, dan ketahanan usaha. UMKM dapat memanfaatkan kekuatan mereka untuk mengatasi dan mengatasi tantangan, sehingga memungkinkan mereka untuk tumbuh dan meningkatkan dampak ekonominya.

2. Daya Saing

Perekonomian bergantung pada daya saing untuk memenuhi permintaan pasar akan produk dan jasa. Persaingan, yang pertama kali diperkenalkan pada abad ke-18 melalui teori keunggulan komparatif Ricardo, semakin menonjol dalam 30 tahun terakhir. Daya saing dapat memiliki definisi dan pengukuran yang berbeda-beda, sehingga dapat menimbulkan kritik dan perdebatan.

Biasanya, dalam teori mikroekonomi, perusahaan ingin memaksimalkan keuntungan, dan keberhasilannya dievaluasi berdasarkan profitabilitasnya. Perusahaan yang tidak mampu menghasilkan keuntungan dikatakan kurang berdaya saing. Dalam model persaingan sempurna, pengeluaran rata-rata

perusahaan yang tidak kompetitif lebih tinggi daripada harga produknya karena sumber daya lebih berharga daripada barang.

Persaingan dapat datang dari pendatang baru, produk pengganti, tawar-menawar pembeli-pemasok, dan pesaing yang sudah ada. Risiko persaingan dapat timbul dari berbagai sumber seperti pelanggan, pemasok, produk pengganti, dan calon pesaing. Komponen ini dikenal dengan istilah perluasan daya saing dalam kerangka persaingan yang lebih luas.

Perusahaan dapat memanfaatkan metode termasuk kepemimpinan biaya, diferensiasi, inovasi, ekspansi, dan strategi kemitraan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Sistem informasi dapat berkontribusi untuk memperoleh keuntungan strategis, taktis, dan operasional dengan membantu organisasi dalam merancang dan melaksanakan rencana yang efektif untuk mengungguli pesaing.

3. E- Market

Kurnia dan Abadi (2019) mempelajari bagaimana e-marketplace meningkatkan daya saing UMKM. Mereka mengkaji bagaimana platform perdagangan elektronik dapat membantu UMKM di pasar yang sulit dengan persaingan yang ketat.

Para peneliti mengamati berbagai cara e-marketplace meningkatkan daya saing UMKM:

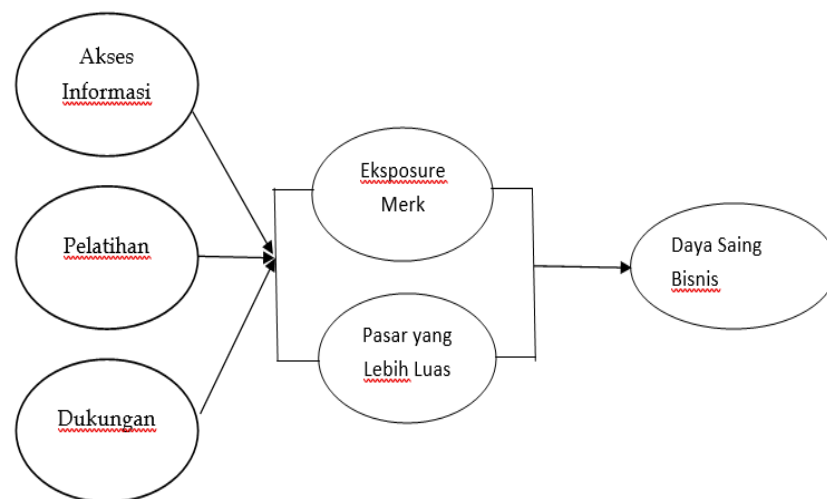
- a) UMKM dapat menghubungi lebih banyak pelanggan melalui e-marketplace tanpa batasan geografis. Mereka sekarang dapat mengakses klien potensial di beberapa lokasi dan bahkan negara, sebuah tugas yang sulit dicapai dengan menggunakan metode tradisional.
- b) UMKM dapat meningkatkan visibilitas merek dan produknya di e-marketplace. Hadir di platform digital dapat meningkatkan visibilitas kepada calon pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, dan membangun citra yang baik di pasar.
- c) Pasar elektronik menawarkan alat dan layanan untuk meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Platform ini dapat mengotomatiskan beberapa aktivitas perusahaan, seperti manajemen inventaris dan proses pembayaran, sehingga menghemat waktu dan biaya.
- d) E-marketplace menyediakan analisis pelanggan, tren pasar, dan statistik kinerja produk yang berguna. Data ini membantu UMKM mengambil keputusan bisnis yang baik, membuat program pemasaran yang efektif, dan menilai peluang pertumbuhan.
- e) Beberapa pasar elektronik memungkinkan kolaborasi dengan perusahaan besar atau sekutu industri. UMKM dapat memperoleh sumber daya, pengembangan produk, dan jangkauan pasar melalui hubungan ini.

Laporan ini menyoroti e-marketplace sebagai alat strategis bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing. Pemanfaatan platform perdagangan elektronik ini dapat membantu UMKM mengatasi berbagai kendala dan meraih keuntungan besar dalam memperluas kehadiran pasar dan signifikansi bisnisnya. Studi ini menjelaskan bagaimana e-marketplace membantu UMKM mendapatkan kesadaran, mengeksplorasi pasar baru, meningkatkan efisiensi operasional, dan menjangkau lebih banyak konsumen. Dampak e-marketplace terhadap pemasaran, distribusi, dan manajemen bisnis juga akan dibahas.

Teknologi digital mengubah lanskap bisnis global dan memberikan cara baru bagi UMKM untuk bersaing, sehingga menjadikan penelitian ini penting. E-marketplace memungkinkan UMKM mengatasi hambatan fiskal, pasar, dan teknologi.

Choi dan Chung (2018) menemukan bahwa pengaruh pemanfaatan e-commerce lebih signifikan pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang terlibat aktif dalam e-market. E-market membantu UMKM dalam meningkatkan operasional perusahaan, memangkas biaya, dan meningkatkan efisiensi operasional, sehingga meningkatkan keunggulan kompetitif organisasi.

Analisis literatur menunjukkan bahwa pemanfaatan platform, khususnya Sibakul Jogja, sangat meningkatkan daya saing UMKM. Sibakul Jogja membantu UMKM dengan memberikan informasi, pelatihan, dan bantuan yang akurat, yang mengarah pada perluasan jangkauan konsumen, peningkatan efisiensi operasional, perampingan operasional bisnis, dan peningkatan layanan pelanggan. Hal ini meningkatkan daya saing UMKM di pasar dan nilai operasi yang kompleks.



Gambar 1. Mind Map

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mengutamakan perolehan informasi yang akurat dan dapat dipercaya mengenai suatu hal. Metode penelitian kualitatif berupaya memahami makna, perspektif, dan pengalaman manusia dalam lingkungan tertentu (Creswell, 2014). Metodologi kualitatif dapat memberikan pemahaman secara detail mengenai program “SiBakul Jogja”, termasuk fungsinya, tantangan yang dihadapi peserta, dan dampaknya terhadap pelaku Koperasi dan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian program SiBakul Jogja melibatkan observasi partisipan kualitatif. Berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan program lapangan dengan menggunakan observasi partisipatif. Program SiBakul Jogja menggunakan observasi partisipatif untuk melibatkan peneliti dalam pelaksanaan lapangan. Partisipasi aktif membantu peneliti menganalisis pelaksanaan program, hambatan peserta, dan dinamika lapangan. Observasi membantu mengidentifikasi hambatan partisipasi dan mengumpulkan informasi kontekstual.

Studi dokumen membantu peneliti memperoleh data dengan menganalisis beragam dokumen. Teknik ini memerlukan pengumpulan data melalui laporan, buku, artikel, dan catatan tanpa berinteraksi dengan subjek penelitian.

Peneliti menggunakan metode analisis deskriptif yang dikemukakan oleh Sugiyono (2014) setelah mengumpulkan data. Metode analisis deskriptif ini menjelaskan data tanpa perubahan statistik yang rumit. memilih masalah penelitian, memilih jenis data, memilih metode pengumpulan data, mengolah data, dan membuat penilaian berdasarkan hasil analisis.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan penjelasan segar terhadap fenomena yang diteliti melalui pemutakhiran dan klarifikasi. Penelitian ini membahas permasalahan mengenai proses terjadinya (“bagaimana”), penyebab terjadinya (“mengapa”), dan kesimpulan dari penyelidikan (“apa hasilnya”).

Peneliti memperoleh data melalui pemeriksaan dokumen dan melakukan analisis deskriptif ekstensif. Penelitian ini menjawab “bagaimana”, “mengapa”, dan “apa akibat” untuk lebih memahami kejadian tersebut.

HASIL PENELITIAN

1. Gambaran mengenai UMKM Provinsi DIY

UMKM Provinsi DIY memiliki beberapa ciri yang menunjukkan beragamnya sektor usaha dan potensi ekonominya. Berbagai karakteristik UMKM di provinsi ini antara lain:

- a) Kreativitas dan Kriya Provinsi DIY terkenal dengan bakat khususnya. Banyak UMKM yang memproduksi batik, kerajinan kayu, perak, dan gerabah, yang digemari pengunjung dan warga sekitar.
- b) DIY merupakan lokasi wisata populer dimana usaha kecil dan menengah pariwisata dan kuliner menyediakan penginapan, makanan, dan cinderamata. Makanan tradisional seperti gudeg dan bakpia sangat populer di kalangan wisatawan.
- c) Kesulitan akses keuangan, seperti terbatasnya akses terhadap sumber keuangan, menjadi kendala bagi UMKM di sektor usaha mandiri. Sekalipun pemerintah meningkatkan akses UMKM terhadap permodalan, beberapa pengusaha masih kesulitan membangun usahanya.
- d) Beberapa UMKM di sektor DIY juga bersaing dengan korporasi besar baik di pasar lokal maupun nasional. UMKM menghadapi kesulitan ini karena ukuran usahanya yang kecil dan sumber daya yang terbatas.

UMKM Provinsi DIY menunjukkan potensi ekonomi kreatif dan daya saing produk lokal. UMKM berinovasi dan mendorong pertumbuhan ekonomi DIY meskipun ada tantangan.

2. Gambaran mengenai SiBakul Jogja

Platform ini dibangun oleh Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Platform ini bertujuan untuk mendongkrak daya saing UMKM Yogyakarta. Daya saing dalam konteks ini berarti kemampuan UMKM untuk bersaing, meningkatkan pangsa pasar, dan menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan.

SiBakul Jogja melatih dan membina UMKM untuk meningkatkan daya saingnya. Program ini meningkatkan kemampuan bisnis, manajemen, dan teknologi peserta UMKM sehingga dapat menjalankan usahanya dengan baik.

Selain itu, SiBakul Jogja memberikan sumber daya pemasaran yang signifikan bagi UMKM. E-commerce dan teknologi digital dapat membantu produk UMKM menjangkau lebih banyak konsumen lokal dan nasional. Hal ini membantu UMKM meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan.

Kolaborasi dan hubungan dengan entitas lain menjadi keunggulan tambahan SiBakul Jogja. Platform ini menciptakan lingkungan yang mendorong perkembangan UMKM melalui kemitraan dengan instansi pemerintah, universitas, bank, dan pelaku usaha pelayaran. UMKM dapat mengakses lebih

banyak sumber daya dan jaringan serta mendapatkan bantuan untuk mengembangkan usahanya melalui kerja sama ini.

Selain itu, SiBakul Jogja memanfaatkan kemajuan teknis untuk meningkatkan efisiensi dan memudahkan operasional perusahaan bagi UMKM. UMKM dapat meningkatkan operasional bisnisnya dan meningkatkan pengalaman berbelanja klien melalui pemanfaatan teknologi digital.

Dinas Koperasi dan UKM DIY meluncurkan Markethub Gratis Ongkos Kirim untuk membantu pasar UMKM di masa pandemi COVID-19. UMKM terdaftar di SiBakul Jogja menawarkan pengiriman gratis. Hal ini membuat barang-barang UMKM semakin menarik dan mendorong masyarakat untuk membelinya.

SiBakul Jogja membuat UMKM Yogyakarta semakin berdaya saing. Pelatihan, pemasaran, kerja sama tim, dan teknologi digital dapat membantu UMKM DIY meningkatkan operasionalnya dan meningkatkan perekonomian daerah.

Di Provinsi DIY, sebanyak 346.523 UMKM menjadi mitra Sibakul Jogja pada Agustus 2022. Terjadi peningkatan sebanyak 341.293 UMKM yang bergabung menjadi mitra Sibakul Jogja pada Agustus 2022 dibandingkan 279.587 UMKM pada April 2021 (*sumber: <https://sibakuljogja.jogjaprovo.go.id>*)

3. Gambaran peningkatan pasar bagi UMKM setelah bergabung menjadi mitra SiBakul Jogja

Riset menunjukkan UMKM Sibakul Jogja bisa meningkatkan pasarnya dengan banyak cara. Salah satu caranya adalah dengan mengembangkan profil SiBakul Jogja yang menarik dengan deskripsi produk yang menyeluruh, gambar produk beresolusi tinggi, dan informasi kontak.

Selain itu, menyediakan barang yang kompetitif dengan harga bersaing dan kualitas tinggi sangat penting untuk menarik minat konsumen. Memahami preferensi konsumen dan menargetkan pasar secara efektif sangat penting untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih besar. Seseorang dapat mencapai hal ini dengan menawarkan informasi eksplisit tentang manfaat produk.

Kolaborasi dan kemitraan pada platform e-commerce memungkinkan perusahaan mengembangkan jaringan dan pasarnya. Dunia usaha dapat memanfaatkan infrastruktur, sumber daya, dan pengalaman mitra dengan bekerja sama dengan mereka untuk mengakses pasar yang lebih luas dan luas. Kolaborasi dan kolaborasi dalam lanskap e-commerce yang kompetitif dapat menjadi taktik ampuh bagi perusahaan untuk meningkatkan visibilitas merek, memperluas jangkauan pelanggan, dan meningkatkan penjualan.

UMKM bisa mendapatkan informasi, pelatihan, dan dukungan khusus dengan menjadi mitra SiBakul Jogja, berdasarkan pengelompokan kelas spesifiknya. Kelas mencakup produksi, SDM, kelembagaan, keuangan, pasar dan pemasaran, serta pemasaran digital yang merupakan bagian dari TI.

Temuan penelitian mendukung gagasan bahwa UMKM dapat meningkatkan pangsa pasarnya, mencapai kesuksesan, dan memperkuat posisi mereka dalam persaingan bisnis di era digital dengan memanfaatkan metode yang efektif dan memanfaatkan e-market.

PEMBAHASAN

Penelitian ini akan mengkaji secara kualitatif bagaimana Sibakul Jogja mendongkrak daya saing UMKM Yogyakarta. SiBakul Jogja mendukung promosi produk UMKM secara online, memberikan kemudahan dan akses pasar, menurut penelitian ini. Dampak platform ini terhadap citra dan branding produk UMKM diselidiki dengan mengevaluasi nilai estetika indah dan detail spesifikasi produk dalam menarik pembeli.

Dampak Sibakul Jogja terhadap daya saing UMKM dinilai menggunakan teori ekonomi bisnis. Platform ini meningkatkan akses pembiayaan UMKM dan dapat meningkatkan penjualan dengan memasuki pasar baru. Dukungan akses keuangan membantu UMKM meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk sehingga lebih mampu bersaing di pasar yang kompetitif.

Selanjutnya, SiBakul Jogja membantu UMKM dan usaha lainnya membentuk jaringan dan kolaborasi. Teori ekonomi bisnis menekankan kolaborasi dan sinergi untuk meningkatkan nilai rantai pasok dan daya saing produk UMKM.

Penelitian ini berkaitan dengan feedback pelanggan digital marketing, dimana Sibakul Jogja memungkinkan pelanggan memberikan feedback kepada UMKM terhadap produk dan layanannya. UMKM dapat menyempurnakan produknya berdasarkan permintaan pasar, mengatasi kekurangan, dan mempertahankan keunggulan kompetitif.

Penelitian ini mengkaji bagaimana Sibakul Jogja berkontribusi dalam mendidik dan melatih mitra UMKM dalam taktik dan teknologi pemasaran online. Gagasan ini menekankan perlunya pembelajaran beradaptasi terhadap perubahan teknologi dan meningkatkan efisiensi operasional agar UMKM lebih kompetitif.

UMKM dapat belajar bagaimana meningkatkan visibilitas merek dan jangkauan pasar dengan pengetahuan, pelatihan, dan dukungan. Meningkatkan daya saing bisnis UMKM.

Menurut teori pemasaran digital dan ekonomi bisnis, SiBakul Jogja membantu UMKM Yogyakarta tumbuh dan bersaing dengan menggunakan platform digital untuk pemasaran, kerjasama, dan penciptaan produk.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Analisis kualitatif, teori pemasaran digital, dan ekonomi bisnis membantu Sibakul Jogja mendongkrak daya saing UMKM Yogyakarta. Pemasaran produk UMKM secara online, akses pasar, serta promosi dan branding produk menjadi mudah dengan platform ini. Sibakul Jogja berkontribusi signifikan dengan memberikan informasi produk yang benar, memfasilitasi akses keuangan, membangun jaringan kolaboratif, dan meningkatkan kualitas produk melalui feedback konsumen dan edukasi kepada pelaku UMKM.

Data tersebut menunjukkan berbagai cara SiBakul Jogja dapat membantu UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi lebih kompetitif:

1. Pengembangan platform: Agar SiBakul Jogja lebih ramah pengguna bagi UMKM dengan akses teknologi terbatas dan memberikan tambahan informasi produk, maka perlu diperluas. Tampilan dan kinerja yang lebih baik akan menarik lebih banyak pelanggan.
2. Bekerja sama dengan lembaga keuangan untuk memberikan rencana pinjaman modal kepada UMKM dengan suku bunga rendah atau pendanaan pertumbuhan bisnis. Hal ini akan meningkatkan produksi dan kualitas produk usaha mikro, kecil, dan menengah.
3. Mengutamakan kerjasama dan sinergi antar UMKM, seperti produksi atau distribusi bersama. Hal ini akan menumbuhkan pasar UMKM dan meningkatkan kualitas dan skalabilitas produk.
4. Meningkatkan penanganan feedback klien terhadap kualitas produk dan layanan UMKM. Hal ini memfasilitasi peningkatan produk yang cepat bagi UMKM, memungkinkan mereka mengatasi kesulitan dan mempertahankan daya saing di pasar.
5. Mendorong edukasi dan awareness terhadap produk UMKM Sibakul Jogja. Permintaan produk UMKM diperkirakan akan meningkat seiring dengan kesadaran masyarakat.

Konsep-konsep ini akan memperkuat platform internet marketing Sibakul Jogja dan membantu UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta tumbuh dan bersaing.

PENELITIAN LANJUTAN

Karena banyak faktor yang mempengaruhi *value competitive business* UMKM, maka diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui berapa banyak faktor yang dapat mendongkraknya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami dengan tulus berterima kasih kepada semua pihak yang berkontribusi pada penelitian ini. Dukungan, dorongan, dan kontribusi penting dari individu dan lembaga berikut memungkinkan penelitian ini terlaksana:

1. Bapak Dr. Soebiantoro., MM, selaku Rektor Universitas Islam Balitar Blitar.
2. Ibu Ir. Srie Nurkyatsiwie., MM, selaku Kepala Dinas Koperasi dan UKM Provinsi DIY.
3. Seluruh dosen dosen di Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Balitar Blitar, yang telah mendukung kami dalam melakukan penelitian ini.
4. Tim editor jurnal dan para reviewer yang telah memberikan masukan berharga untuk memperbaiki makalah ini.
5. Keluarga dan teman-teman yang memberikan dukungan moral dan motivasi selama proses penulisan.

Kami menghargai kontribusi luar yang biasa dan berharap dapat melanjutkan kolaborasi kami untuk kemajuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, Y., Liu, Y., & Lu, Y. (2018). Empowering Small and Medium-Sized Enterprises in E-commerce Platform Adoption: Evidence from China. *Technological Forecasting and Social Change*, 131, 286-297.
- Choi, J., & Chung, N. (2018). The Impact of E-commerce Use on the Value of Small and Medium-sized Firms. *Journal of Business Research*, 89, 313-318.
- Dinas Koperasi dan UKM Provinsi DIY (2023). Ladaku (Layanan Data Koperasi dan UMKM). <https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id>. Diakses pada 30 Juli 2023
- Dinas Koperasi dan UKM DIY (2019). Kurikulum Pelatihan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil Menengah.
- Kurnia, S., & Abadi, M. S. (2019). The role of e-marketplace in improving the competitiveness of small and medium enterprises. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 9(2), 1025-1028
- Ivan (2021). SiBakul Jogja Bertransformasi Menjadi Markethub. *Krjogja.com*. Diakses pada 28 Juni 2023
- Niode, I. Y. (2009). Sektor UMKM Di Indonesia: Profil, Masalah, dan Strategi Pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1).