

OpsiKM: PLATFORM EDUKATIF SEBAGAI SUPPORTING PELATIHAN DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU UMKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Christo Buana Aditama¹, Ida Febriana²

Universitas Negeri Yogyakarta

¹ christobuanaaditama.2020@student.uny.ac.id ,

² idafebriana.2020@student.uny.ac.id

Abstract

Technological developments that occurred in the 4.0 industrial revolution required MSME (Micro Small and Medium Enterprises) entrepreneurs to continue to adapt their business activities towards digitalization. The low quality of human resources in the field of technology and information causes the unpreparedness of MSMEs in facing the digital era. In 2019 the BRI Micro Business Manager for the Bantul Branch, Dandy Wardana, stated that the difficulty of MSMEs in DI Yogyakarta was being able to produce but experiencing problems in marketing their products. However, MSMEs are a sector that forms a large number of informal workers or gig workers in DI Yogyakarta and contributes significantly to the economy of DI Yogyakarta. Based on the mapping that has been done, it is known that the biggest problem experienced by MSMEs is the lack of ability of business actors to market their products. The purpose of this research is to know the design and development of the OpsiKM platform, to know the product analysis and advantages of the OpsiKM platform, and to know the prediction and implementation of the OpsiKM platform. OpsiKM is an innovative platform based on digitalization education and training in the field of marketing for MSME players in DI Yogyakarta. OpsiKM offers five main features which include breaking news, insights, our program, Yogyakarta SMEs, and about us. The advantages of OpsiKM are that the platform is attractive and user friendly, provides training and education on digital marketing according to the needs of MSME players, collaborates directly with practitioners as training providers, and programs that can be accessed anywhere and anytime for free. In this study, the authors used a research design with the ADDIE development model, and used library research techniques, questionnaires, and non-participant observation as data collection techniques. The OpsiKM is expected to be able to support the 8th SDG's program, namely increasing inclusive and sustainable economic growth through the development of competitive human resources in the digital era, especially for Yogyakarta MSMEs.

Keywords: *UMKM, digital marketing, OpsiKM, pelatihan, edukasi*

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah atau yang sering disebut dengan UMKM merupakan soko guru dalam menopang perekonomian di Indonesia. Sri Sultan Hamengku Buwono X (dalam jogjaaja.com, 2021) menyatakan bahwa UMKM merupakan sektor pendorong perekonomian DI Yogyakarta setelah sektor pertanian. Sejauh ini, berdasarkan data statistik 2015 UMKM di DI Yogyakarta adalah 220.000 lalu pada tahun 2018 meningkat menjadi 250.000. Sedangkan,

data pada bappeda.jogjapro.go.id (2021) menunjukkan bahwa jumlah UMKM di DI Yogyakarta pada tahun 2021 mencapai 302.799, hal ini menunjukkan bahwa jumlah UMKM DI Yogyakarta terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Adanya revolusi industri 4.0 turut berperan dalam meningkatnya jumlah UMKM, revolusi industri 4.0 memberikan dampak yang cukup signifikan termasuk perubahan sistem kerja di berbagai bidang khususnya di bidang bisnis dan ekonomi.

Perkembangan teknologi yang terjadi pada revolusi industri 4.0 memaksa pelaku usaha untuk terus menyesuaikan kegiatan usaha ke arah digitalisasi. Hal tersebut bukanlah masalah yang besar bagi perusahaan besar dengan SDM yang memadai dan berkompeten di bidang teknologi dan informasi. Namun, hal ini menjadi masalah baru bagi UMKM yang cenderung belum siap dalam menghadapi era digitalisasi. Manajer Bisnis Mikro BRI Cabang Bantul, Dandy Wardana menyatakan bahwa kesulitan dari UMKM di DI Yogyakarta adalah mampu melakukan produksi namun mengalami kendala dalam memasarkan produknya (Sudjatmiko, krjogja.com, 2019).

Pandemi Covid-19 turut memperburuk keadaan tersebut, Asisten Sekretaris DIY Bidang Perekonomian dan Pembangunan, Tri Saktiyana menyatakan bahwa 75% dari 85.000 UMKM di Yogyakarta terdampak pandemi Covid-19. Lebih lanjut dikatakan bahwa berdasarkan pemetaan yang telah dilakukan, diketahui bahwa permasalahan terbesar yang dialami UMKM adalah kurangnya kemampuan pelaku usaha dalam melakukan pemasaran produknya (Ari, TribunJogja.com, 2022). Hal tersebut didukung dengan pernyataan Sri Sultan Hamengku Buwono X di Kompleks Kepatihan Yogyakarta pada Juli 2020 yang menyatakan bahwa adanya pandemi Covid-19 membuat UMKM tidak bisa bergerak karena terdapat kendala pemasaran dan adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), dijelaskan kembali bahwa UMKM merupakan sektor yang banyak membentuk tenaga kerja informal atau gig worker di Yogyakarta dan menjadi tulang punggung perekonomian Yogyakarta dengan kontribusi yang cukup besar (Dinnata, AyoYogya.com, 2020). Tidak hanya itu, Sekretaris Deputy Bidang Pengembangan SDM Kementerian Koperasi dan UKM, Rulli Nuryanto menyatakan bahwa berdasarkan identifikasi yang telah dilakukan, beberapa alasan UMKM sulit untuk naik kelas dan berkembang adalah tidak adanya manajemen yang baik, pengelolaan keuangan yang masih bercampur dengan keuangan pribadi serta belum maksimalnya pemasaran produk pada UMKM.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Yang pertama, penelitian yang dilakukan oleh Amelia dkk (2017) dengan judul “E-UMKM: Aplikasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Android sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Indonesia”. metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan lebih menonjolkan perspektif subjek. Tahapan yang digunakan dalam pembuatan aplikasi E-UMKM meliputi pendataan, sertifikasi produk UMKM, pembuatan aplikasi, sosialisasi, dan sistem pengiriman barang. Hasil dari penelitian ini adalah terbentuknya konsep aplikasi E-UMKM yang mengusung konsep tentang sistem pemasaran produk UMKM Indonesia dalam menembus pasar bebas ASEAN berbasis aplikasi android yang dikontrol dan diawasi oleh pemerintah. Yang kedua, penelitian yang dilakukan oleh Riyandiyana dkk (2020) berjudul

“Pemanfaatan Aplikasi Akuntansi Berbasis Android (SIAPIK) untuk Meningkatkan Administrasi Keuangan UMKM”. Tujuan dari penelitian ini adalah mampu memberikan pelatihan dan pendampingan pencatatan transaksi keuangan dan penggunaan SiApik kepada pengelola Wawan Service di Kelurahan Cibeuti Tasikmalaya. Metode yang digunakan adalah FGD, on site training, dan out site training. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa UMKM memiliki tantangan tersendiri dalam menjalankan usahanya. Fokus para pelaku UMKM adalah pada aspek produksi, pelaku UMKM lebih condong pada bagaimana menghasilkan produk yang mampu menarik perhatian pasar. Hal tersebut sesuai dengan penelitian awal yang dilakukan penulis, dimana UMKM di wilayah DI Yogyakarta juga mampu menghasilkan produk, namun tidak dapat melakukan pemasaran akan produk yang dihasilkannya.

Berdasarkan pemaparan yang telah dilakukan sebelumnya, penulis menemukan bahwa yang menjadi permasalahan utama dalam perkembangan UMKM pada DI Yogyakarta adalah kurangnya kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran produk. Pemerintah DI Yogyakarta berupaya menyelesaikan berbagai permasalahan UMKM dengan menghadirkan platform online yaitu SiBakul, namun platform ini belum mampu menjawab berbagai masalah mengenai pemasaran produk UMKM di Yogyakarta karena platform ini dirasa lebih berperan dalam hal distribusi produk. Ady (dalam balairungpress.com, 2020) sebagai pelaku UMKM yang terdaftar dalam SiBakul Jogja menyatakan bahwa platform tersebut belum mampu membuahkan hasil yang nyata pada UMKM yang telah dikelola. Berangkat dari permasalahan tersebut penulis mengusulkan sebuah program inovatif yaitu **“OpsikM: Platform Edukatif Sebagai Supporting Media Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm di Daerah Istimewa Yogyakarta”**. Platform ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM khususnya di wilayah Yogyakarta dalam menjalankan bisnis berbasis digital dengan pemaksimalan promosi dan pemasaran secara online. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui rancangan dan pengembangan, analisis produk dan keunggulan, serta prediksi dan implementasi platform OpsikM. Sehingga dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pengembangan edukasi dan pelatihan bagi pelaku UMKM berbasis teknologi, serta sebagai bahan pertimbangan, perbandingan, dan penyempurnaan bagi penelitian selanjutnya. Sedangkan secara praktis, penulisan karya tulis ilmiah ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pelaku UMKM DI Yogyakarta dengan memberikan edukasi dan pelatihan mengenai pemasaran produk berbasis digital dengan mudah, serta membantu pemerintah dalam merealisasikan tujuan pemerintah untuk melakukan digitalisasi UMKM dengan terciptanya wirausaha yang melek teknologi, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan pendapatan daerah DI Yogyakarta.

Metode

Penulisan karya tulis ilmiah ini menggunakan pendekatan metode penelitian dan pengembangan atau yang biasa disebut dengan *Research and Development*. *Research and Development* adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut (Sugiyono, 2016). Penulis mengadaptasi model ADDIE (*Analyze, Design,*

Development, Implementation, and Evaluation) yang dikembangkan oleh Dick & Carey tahun 1996. Untuk dapat menghasilkan OpsiKM, penulis menggunakan penelitian yang bersifat analisis kebutuhan, sedangkan untuk menguji keefektifan OpsiKM agar dapat berfungsi dan bermanfaat bagi masyarakat luas, diperlukan pengembangan yang bersifat longitudinal. Lima tahapan dalam model ADDIE yaitu sebagai berikut:

1. *Analyze*

Penulis melakukan analisis permasalahan dan kebutuhan pada pelaku UMKM khususnya pada DI Yogyakarta. Masalah muncul karena pelaku UMKM di DI Yogyakarta memiliki kemampuan untuk melakukan produksi namun terkendala dalam melakukan pemasaran. Hal tersebut diperparah dengan adanya pandemi Covid-19 karena SDM yang kurang melek teknologi tidak mampu mengikuti alur bisnis yang semakin mengarah ke era digitalisasi. Data yang diperoleh dari kuesioner dan observasi non partisipan selanjutnya dilakukan analisis untuk mengetahui permasalahan yang terjadi pada pelaku UMKM khususnya di bidang digital marketing sekaligus melakukan analisis kebutuhan pelaku UMKM terhadap konten dan fitur OpsiKM.

2. *Design*

Pada tahap *design*, penulis melakukan perancangan OpsiKM yang meliputi tampilan, materi dan pelatihan yang akan diberikan, serta fitur dan fasilitas yang akan didapatkan oleh *user*.

3. *Development*

Tahap ini dilakukan dengan validasi, uji coba desain, revisi, dan perbaikan. Sehingga, pengembangan produk dilakukan berdasarkan hasil dari uji coba desain dengan penyesuaian pada rancangan produk sebelumnya.

4. *Implementation*

Pada tahap ini, penulis mengharapkan berbagai saran dan masukan sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan produk.

5. *Evaluation*

Pada tahap ini kedepannya akan terus dilakukan evaluasi, penelitian, pengembangan, dan penyempurnaan OpsiKM guna memberikan kenyamanan bagi *user* dan menghasilkan *output* yang diharapkan. Untuk saat ini, OpsiKM masih berada dalam tahap pengembangan produk.

Penelitian ini dilakukan di DI Yogyakarta dan dilakukan selama 1 bulan yaitu sejak 18 Maret 2022 hingga 27 April 2022. Penulis menggunakan beberapa teknik dalam melakukan pengumpulan data yaitu meliputi studi pustaka, kuesioner (angket), dan observasi non partisipan. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan *Google Form*, sedangkan observasi non partisipan dilakukan penulis dengan mencatat menganalisis dan selanjutnya membuat kesimpulan tentang perilaku dan kebutuhan pelaku UMKM di DI Yogyakarta. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis isi atau *content analysis*.

Hasil dan Pembahasan

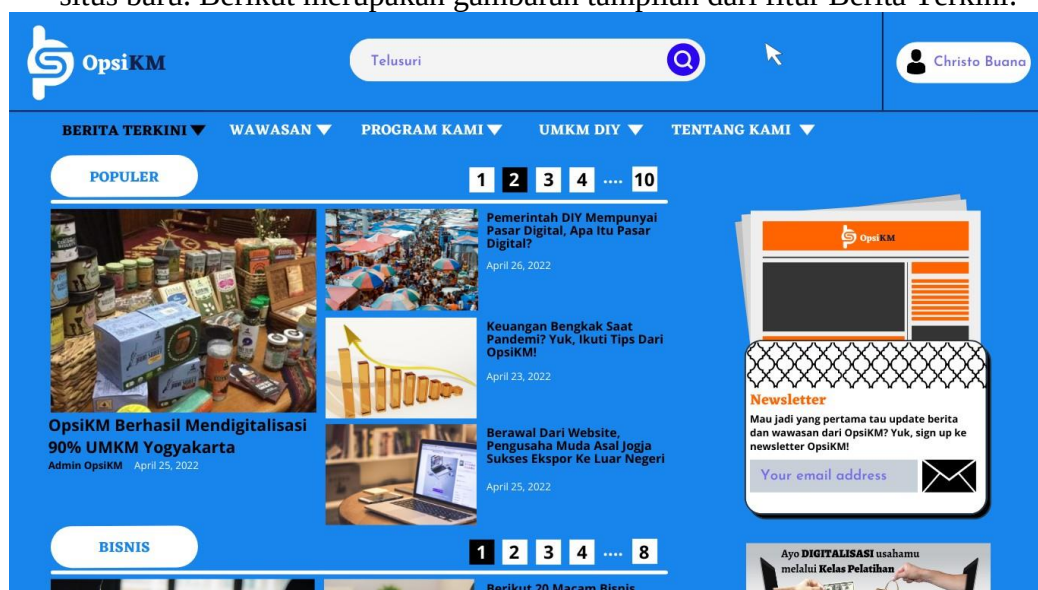
Berdasarkan analisis masalah dari observasi non partisipan dan studi pustaka diketahui bahwa banyak dari pelaku UMKM di wilayah DI Yogyakarta yang masih kesulitan dalam melakukan pemasaran secara efektif. Hal ini juga didukung dengan hasil kuesioner yang telah disebar pada 26 April 2022,

yang diisi oleh 30 Responden. Diantaranya, 80% pelaku usaha telah menerapkan pemasaran digital secara terbatas dengan sebagian besar pelaku usaha hanya memanfaatkan Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Selain itu, pemahaman tentang pemasaran digital masih sangat kurang. Di sisi lain, 73% pelaku usaha menganggap bahwa edukasi dan pelatihan mengenai pemasaran digital perlu dilakukan, serta 83% responden tertarik untuk menggunakan platform edukasi dan pelatihan digital. Dari kuesioner tersebut menunjukkan bahwa beberapa pelaku UMKM sudah mulai menerapkan pemasaran digital, namun secara terbatas. Oleh sebab itu, OpsiKM dihadirkan agar dapat membantu pelaku UMKM dalam memaksimalkan perkembangan digital yang ada saat ini.

OpsiKM merupakan sebuah inovasi edukatif dan pelatihan di bidang pemasaran yang berbentuk platform website yang ditujukan bagi pelaku UMKM DI Yogyakarta. Dengan hadirnya OpsiKM diharapkan mampu mengoptimalkan kemampuan pelaku UMKM DI Yogyakarta di bidang digitalisasi pemasaran. Selain memberikan edukasi dan pelatihan digital, OpsiKM juga dapat menjadi wadah bagi para pelaku UMKM untuk mempraktekan pelatihan yang didapatkan dengan memasarkan usaha atau produk melalui fitur yang disediakan. Materi edukasi dan pelatihan yang disediakan OpsiKM berhubungan dengan pemasaran digital. Terdapat lima fitur yang tersedia pada halaman OpsiKM, diantaranya berita terkini, wawasan, program kami, UMKM Jogja, dan tentang kami. Fitur akan selalu ditampilkan tidak hanya pada halaman beranda, namun juga ditampilkan pada semua halaman platform. Tujuannya agar memudahkan pengguna atau pengunjung situs dalam menggunakan website. Berikut merupakan beberapa fitur yang ditawarkan platform OpsiKM:

1. Fitur Berita Terkini

Fitur ini berisi berbagai berita yang berhubungan dengan ekonomi, digitalisasi, dan UMKM. Pengguna dapat memilih kategori berita yang akan dibaca saat mengarahkan kursor pada tulisan berita terkini. Penulis bekerja sama Humas Pemda DIY agar dapat menyajikan berita yang akurat dan terpercaya. berita terkini dapat diakses oleh pengguna maupun pengunjung situs baru. Berikut merupakan gambaran tampilan dari fitur Berita Terkini:



Gambar 1. Tampilan Fitur Berita Terkini

2. Fitur Wawasan

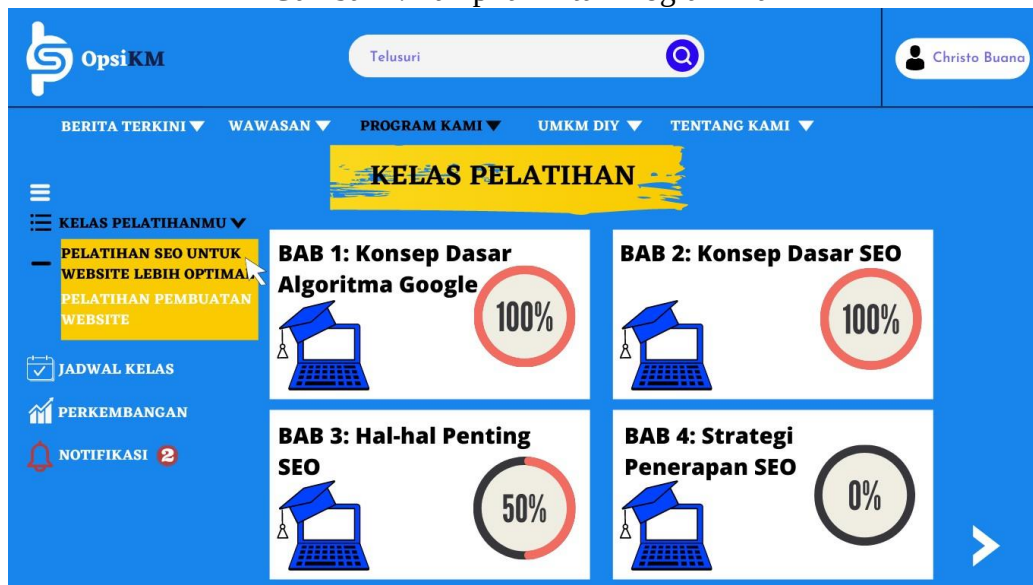
Fitur Wawasan berisi kumpulan materi atau *e-book* yang terbagi dalam beberapa kategori. Perbedaan fitur wawasan dengan fitur berita yaitu dalam fitur wawasan hanya berisi materi dengan tujuan penerapan ilmu untuk penerapan digitalisasi UMKM, sedangkan fitur berita hanya memberikan informasi seputar kondisi terkini. Materi dalam fitur wawasan hanya berisi ilmu seputar digitalisasi UMKM. Adapun beberapa kategori dalam fitur wawasan meliputi website, SEO, *e-commerce*, strategi *digital marketing*. Tiap kategori dalam fitur wawasan akan dibagi lagi dalam beberapa bab. Dalam menyusun materi yang ada, penulis bekerjasama dengan praktisi, akademisi, pakar kurikulum dan media, dan pemerintah. Materi pada fitur wawasan akan selalu diperbaharui mengikuti tren, perkembangan pasar, dan perkembangan teknologi.

3. Fitur Program Kami

Fitur ini berisi pilihan menu yang meliputi kelas pelatihan, webinar, konten aksi, dan FGD. Fitur program kami hanya bisa diakses oleh pelaku UMKM atau individu yang telah mempunyai akun OpsiKM dan telah login melalui menu *login*. Kelas pelatihan merupakan salah satu program unggulan OpsiKM yang berfungsi untuk memberikan pelatihan digitalisasi UMKM secara terpadu. Dalam menyediakan pelatihan terpadu, penulis bekerjasama dengan praktisi dan Pemda Yogyakarta. Terdapat beberapa pelatihan yang disediakan OpsiKM dan pengguna dapat memilih pelatihan sesuai minat mereka. Pembukaan kelas pelatihan sendiri sifatnya berjangka tiga bulan sekali. Selain itu, pilihan kelas pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan pasar yang ada. Kelas pelatihan sifatnya gratis dan tidak dipungut biaya. Program yang kedua yaitu webinar, webinar merupakan program yang diadakan setiap dua bulan sekali dengan pemberian materi yang berbeda beda. Tema dan materi yang diberikan juga disesuaikan dengan kebutuhan pasar dengan tujuan digitalisasi UMKM. Program yang ketiga yaitu konten aksi. Program konten aksi merupakan sarana bagi pengguna dalam melakukan praktik pembuatan konten oleh pengguna. Nantinya konten yang dikirimkan akan mendapatkan feedback. Program kami yang terakhir yaitu FGD. Program FGD merupakan program yang terintegrasi dengan grup Whatsapp. Pengguna selaku pelaku UMKM dapat memasuki grup Whatsapp yang telah disediakan dan dapat berdiskusi di dalam grup tersebut. Keuntungan lainnya yaitu pengguna akan mendapatkan informasi seputar kelas pelatihan baru dan webinar pada grup whatsapp. Berikut merupakan gambaran dalam fitur Program Kami:



Gambar 2. Tampilan Fitur Program Kami



Gambar 3. Tampilan Menu Kelas Pelatihan

4. Fitur UMKM Jogja

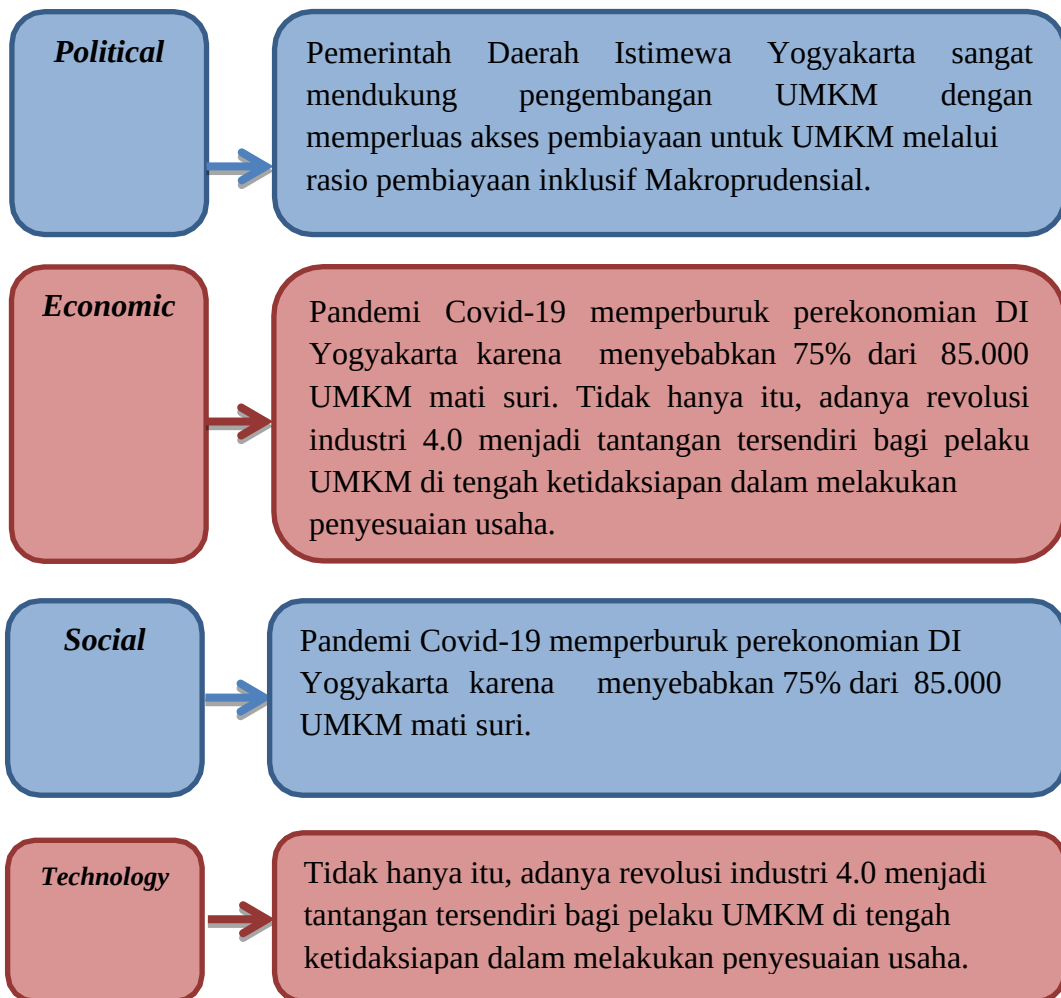
UMKM Jogja merupakan salah satu fitur OpsiKM yang berisi daftar UMKM Jogja dan blog UMKM Jogja. Pada menu daftar UMKM Jogja akan ditampilkan berbagai nama UMKM yang terdaftar di OpsiKM. Berbagai nama UMKM tersebut terbagi dalam beberapa kategori UMKM seperti kuliner, fashion, otomotif, agribisnis, kerajinan, jasa, dan lainnya. Saat pengunjung mengklik salah satu UMKM maka akan dibawa ke halaman yang berisi mengenai penjelasan dan produk yang ditawarkan. Pada halaman UMKM yang dipilih juga akan ditampilkan sosial media dari UMKM tersebut. Selanjutnya yaitu menu blog UMKM jogja. Menu blog UMKM Jogja berisi berbagai artikel maupun konten yang ditulis langsung oleh pengguna selaku pelaku UMKM. Artikel atau konten yang ditampilkan merupakan hasil dari karya yang dikirimkan pada fitur program aksi yang telah diperbaiki oleh OpsiKM.

5. Fitur Tentang Kami

Fitur tentang kami berisi informasi yang menjelaskan tentang platform OpsiKM. Menu yang tersedia pada fitur tentang kami meliputi apa itu OpsiKM, VISI dan MISI, Kerjasama, dan social media OpsiKM. Tujuan dari fitur tentang kami selain sebagai informasi yaitu untuk meningkatkan kepercayaan pada pengguna dan mendatangkan pengunjung situs baru.

Untuk mengetahui potensi pengembangan dan kebutuhan OpsiKM perlu dilakukan beberapa analisis lingkungan dan analisis pesaing. Berikut merupakan hasil analisis yang telah dilakukan penulis:

1. Analisis PEST



2. Analisis SWOT

Matrik SWOT	<i>Strenght (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
	• Meningkatkan kemampuan UMKM di wilayah DI Yogyakarta dalam menjalankan bisnis berbasis digital. • Penyampaian materi yang menarik dan informatif. • Pelatihan langsung dari praktisi yang kompeten di bidangnya. • OpsiKM menyediakan fitur pelatihan, konsultasi, <i>forum grub discussion</i>, dan rekomendasi pendanaan sebagai tindak lanjut pelatihan yang telah diberikan dan sebagai sarana pengembangan ide.	• Aplikasi OpsiKM masih baru dan belum dikenal oleh masyarakat luas.
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi S-O	Strategi W-O
• Teknologi dan informasi yang pesat memudahkan dalam melakukan pengembangan dan pengenalan website. • Kemudahan dalam melakukan akses internet dan semakin banyak tempat yang kini menyediakan akses internet (<i>wifi</i>). • Rendahnya kemampuan pelaku UMKM dalam menjalankan usaha berbasis	• Membuat <i>platform</i> OpsiKM dengan desain menarik, materi dan bahan evaluasi yang <i>up to date</i> serta layanan informasi dan komunitas yang dapat menjangkau semua user. • Menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi, pakar kurikulum dan media, pemerintah, serta praktisi kewirausahaan dalam penyempurnaan muatan OpsiKM.	• Bermitra dengan Pemprov DI Yogyakarta khususnya Dinas Koperasi dan UMKM, <i>Start Up</i> teknologi dan perguruan tinggi dalam perancangan OpsiKM. • Melakukan promosi dan iklan melalui media sosial dan <i>website</i> pemerintah dan lembaga perekonomian. • Menjalin kemitraan dengan perguruan tinggi, akademisi, pemerintah, dan praktisi guna sosialisasi penggunaan OpsiKM.

digital.		
Threats (T) - Adanya plagiasi dari pihak lain. - Munculnya <i>developer</i> baru yang membuat dan mengembangkan website serupa dengan inovasi yang lebih baru dan segar.	Strategi S-T - Menyediakan UI dan UX yang menarik dan mudah dipahami pengguna - Selalu memperbarui fitur, layanan, dan materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan dan <i>trend</i> pasar.	Strategi W-T - Melakukan <i>branding product</i> - Melakukan pengurusan Hak Atas Kekayaan Intelektual

3. Analisis Diferensiasi Produk

Indikator Pemanding	OpsiKM	SiBakul	RevoU	Kuncie.com	Skillacademy.com
Menyajikan materi dan pelatihan digitalisasi UMKM dan pemasaran dengan menghadirkan praktisi	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
Pelatihan Gratis	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak
Terdapat fitur konten aksi sebagai sarana praktikum dari materi dan pelatihan yang telah diterima dengan <i>feedback</i> langsung dari pemateri	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Pembelajaran berbasis proyek	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya
Adanya pengembangan program pemasaran digital dan pengelolaan UMKM tingkat lanjut dengan memberikan rekomendasi pendanaan	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Tampilan website dan fitur yang <i>user friendly</i>	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa keadaan lingkungan politik, ekonomi, sosial, dan teknologi di Indonesia memberikan peluang bagi pengembangan OpsiKM. Selain itu, berdasarkan analisis diferensiasi produk yang telah dilakukan dengan membandingkan OpsiKM dengan platform sejenis didapati bahwa fitur yang ditawarkan OpsiKM lebih unggul.

Selain memberikan wawasan dan pelatihan pemasaran digital, OpsiKM juga dirancang untuk pelaku UMKM agar dapat mempraktekan ilmu yang didapatkan dari program pelatihan seperti *copywriting* dan artikel *SEO friendly*, dengan membuat artikel terkait usaha atau memasarkan produk pada fitur yang disediakan yaitu fitur UMKM DIY. Sehingga diharapkan melalui aplikasi OpsiKM dapat menghasilkan output yang tidak hanya berupa pengoptimalan kemampuan pelaku UMKM DI Yogyakarta di bidang pemasaran digital, tetapi OpsiKM juga sebagai sarana pemasaran dan *branding* usaha dari pelaku UMKM DI Yogyakarta.

OpsiKM diprediksi akan terus berkembang seiring berjalannya waktu dan mampu mendukung program SDGS ke-8 yaitu meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Setelah melalui beberapa tahap uji coba aplikasi, OpsiKM nantinya akan didaftarkan secara resmi melalui Hak Kekayaan Intelektual. Bertambahnya jumlah pengguna aplikasi OpsiKM yang merupakan pelaku UMKM DI Yogyakarta akan berdampak pada bertambahnya jumlah artikel terkait usaha atau produk yang dipasarkan, sehingga diharapkan dapat menjadikan OpsiKM sebagai website yang digunakan oleh masyarakat DI Yogyakarta dalam mencari produk maupun jenis usaha dalam berbagai jenis/ bidang. Pada tahun 2023, OpsiKM ditargetkan dapat mengembangkan fitur transaksi antara pengguna aplikasi yang merupakan pelaku UMKM dan *customer*. Pada fitur wawasan yang berisi berbagai jurnal artikel atau materi pembelajaran tentang pemasaran digital akan selalu diperbaharui dan disesuaikan dengan perkembangan digital dan kebutuhan pelaku UMKM, contohnya yaitu materi SEO akan terus diperbaharui karena algoritma pada situs pencarian terus berubah dan berkembang. Keberhasilan dalam mengimplementasikan OpsiKM memerlukan peran dan sinergitas dari berbagai pihak. adapun pihak-pihak tersebut adalah sebagai berikut:

1. Dinas Koperasi dan UMKM DI Yogyakarta

Dinas Koperasi dan UMKM DI Yogyakarta memiliki peran sebagai fasilitator yang mendukung terealisasinya OpsiKM sebagai platform berbasis edukasi dan pelatihan bagi pelaku UMKM. Selain itu, Dinas Koperasi dan UMKM DI Yogyakarta juga memiliki peran dalam mengkampanyekan dan mengenalkan OpsiKm kepada masyarakat secara lebih luas khususnya bagi para pelaku UMKM di wilayah Yogyakarta.

2. Perguruan Tinggi

Dalam hal ini, perguruan tinggi memiliki peran yang strategis dalam memberikan edukasi dan sosialisasi mengenai penggunaan dan pemanfaatan OpsiKM kepada mahasiswa sebagai *agent of change*. Selain itu, perguruan tinggi juga berperan sebagai pihak yang dapat memberikan evaluasi, kritik, dan saran yang berkaitan dengan pengembangan OpsiKM.

3. Ahli Kurikulum serta Teknologi Pembelajaran dan Pelatihan

Ahli Kurikulum dapat berperan sebagai validator dari aplikasi OpsiKM, mulai dari tahap validasi desain pembelajaran, kesesuaian materi pembelajaran dengan perkembangan kurikulum. Sedangkan Ahli Teknologi Pembelajaran dan Pelatihan dapat berperan sebagai validator atas user interface, user experience (UI/UX), kejelasan instruksi penggunaan dan pengoperasian, serta kejelasan ilustrasi dan gambar. Hal ini sangat berguna bagi pengembangan OpsiKM.

4. StartUp Teknologi dengan Spesialisasi Pengembangan Website dan Platform
Pelatihan StartUp Teknologi dengan spesialisasi pengembangan website dan platform pelatihan sangat berperan dalam pengembangan secara teknis pada saat aplikasi OpsiKM digunakan dan dioperasikan. Di samping itu, pihak ini juga memiliki peran dalam menyempurnakan fitur-fitur OpsiKM sesuai dengan perkembangan teknologi dan tuntutan pasar.
5. Praktisi Kewirausahaan
Praktisi Kewirausahaan berperan sebagai narasumber dalam mendukung keberagaman materi dan pelatihan OpsiKM. Di samping itu, dengan adanya praktisi kewirausahaan sangat memungkinkan pelaku UMKM untuk bertukar ide dan pendapat terkait dengan kewirausahaan dan pemasaran digital.
6. Humas Pemda Jogja
Humas Pemda Jogja berperan dalam memberikan informasi terkini terkait isu kewirausahaan maupun regulasi yang mungkin akan mempengaruhi perkembangan UMKM. Sehingga, diharapkan OpsiKM tidak hanya memberikan edukasi dan pelatihan namun juga dapat memberikan berbagai isu dan informasi terkini sebagai pertimbangan bagi pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya.

Kesimpulan dan Saran

UMKM merupakan sektor yang banyak membentuk tenaga kerja informal atau gig worker di DI Yogyakarta dan menjadi tulang punggung perekonomian wilayah DI Yogyakarta dengan kontribusi yang cukup besar. Berdasarkan data bappeda jumlah UMKM di DI Yogyakarta pada tahun 2021 mencapai 302.799. Namun, pelaku UMKM memiliki keterbatasan dan permasalahan dalam melakukan pemasaran secara digital produk yang ditawarkan. Hal ini diperparah dengan adanya pandemi Covid-19 yang membuat UMKM tidak bisa bergerak karena kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Sehingga berdasarkan permasalahan tersebut penulis memberikan solusi OpsiKM sebagai sarana perbaikan dan peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran secara digital. OpsiKM memiliki berbagai pilihan fitur yang dapat membantu pelaku UMKM dalam melakukan pengembangan dan peningkatan kemampuan dalam melakukan pemasaran secara digital. Keunggulan dari OpsiKM diantaranya yaitu memberikan pelatihan dan edukasi dengan langsung mendatangkan praktisi, platform yang user friendly, serta pelatihan yang dapat diakses secara gratis dan dimana saja.

Saran penulis bagi pihak-pihak yang memiliki andil besar terhadap pengembangan dan penyempurnaan OpsiKM adalah dapat memberikan dukungan dan sinergitas agar konsep yang diusulkan oleh penulis dapat diimplementasikan dengan baik, serta dapat memberikan dampak yang signifikan pada meningkatnya minat berwirausaha. Adapun saran bagi peneliti selanjutnya adalah dapat mengembangkan konsep ini jika terdapat gagasan yang lebih baik guna memperbaiki kekurangan kekurangan yang ada.

Daftar Pustaka

- Muljono, R.K. (2018) *Digital Marketing Concept*, 1st edition, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rachmadi, T. (2020) *The Power of Digital Marketing*, 3rd edition, Jakarta.

- Rizaty, M.A. (2021) *Masyarakat RI Paling Banyak Gunakan Internet untuk Berkomunikasi*, 29 Juli, [Online], Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/29/masyarakat-ri-paling-banyak-gunakan-internet-untuk-berkomunikasi> [23 April 2022].
- Saputra, D.H., Sutiksno, D.U., Kusuma, A.H.P., Wahyuni, R.D., Purnomo, A. and Simarmata, J. (2020) *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*, 1st edition, Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono (2015) *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Alamsyah, I. E. (2022, Februari 10). *Anggaran PEN 2022 yang Diprioritaskan Bagi UMKM*. Dipetik Maret 22, 2022, dari Ekonomi: <https://www.republika.co.id/berita/r73llr349/anggaran-pen-2022-yang-diprioritaskan-bagi-umkm>
- Ari, S. (2021, April 22). *Pemda DIY: Masalah Terbesar UMKM di DI Yogyakarta adalah Pemasaran*. (K. Hidayah, Penyunting) Dipetik Maret 20, 2022, dari TribunJogja.com: <https://jogja.tribunnews.com/2021/04/22/pemda-diy-masalah-terbesar-umkm-di-di-yogyakarta-adalah-pemasaran>
- Dinnata, R. Y. (2020, Juli 21). *59 Persen UMKM Jogja Mati Suri karena Pandemi*. (R. Y. Dinnata, Penyunting) Dipetik Maret 20, 2022, dari AyoYogya.com: <https://yogya.ayoindonesia.com/umum/pr-39465805/59-Persen-UMKM-Jogja-Mati-Suri-karena-Pandemi>
- DIY, A. D. (2022). *Jumlah UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta*. Dipetik Maret 20, 2022, dari [bappeda.jogjaprov.go.id: http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/cetak/107-umkm?id_skpd=44](http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/cetak/107-umkm?id_skpd=44)
- Sudjatmiko, T. (2019, November 13). *Perkembangan UMKM DIY Naik Signifikan*. Dipetik Maret 20, 2022, dari Krjogja.com: <https://www.krjogja.com/berita-lokal/diy/bantul/perkembangan-umkm-diy-naik-signifikan/>
- Ties. (2021, Oktober 12). *Dorong Ekonomi saat Pandemi COVID-19*. Dipetik Maret 20, 2022, dari jogjaaja.com: <https://jogjaaja.com/read/dorong-ekonomi-saat-pandemi-covid-19>
- Winda. (2020, November 19). *Menyingkap Permasalahan Struktural UMKM dalam Realita Kebijakan Pemerintah di Masa Pandemi*. Dipetik Maret 20, 2022, dari [balairungpress.com: https://www.balairungpress.com/2020/11/menyingkap-permasalahan-struktural-umkm-dalam-realita-kebijakan-pemerintah-di-masa-pandemi/](https://www.balairungpress.com/2020/11/menyingkap-permasalahan-struktural-umkm-dalam-realita-kebijakan-pemerintah-di-masa-pandemi/)