

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas mengenai aspek-aspek awal yang mendasari penelitian, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, batasan penelitian, serta sistematika penulisan. Setiap bagian dalam bab ini disusun untuk memberikan pemahaman yang jelas mengenai urgensi penelitian, arah penelitian yang dilakukan, serta kontribusi yang diharapkan bagi berbagai pihak terkait.

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama dalam perekonomian, terutama di negara berkembang seperti Indonesia (Kustanto, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2023) menunjukkan bahwa klasifikasi UMKM perlu disesuaikan dengan dinamika ekonomi digital, termasuk pertimbangan adopsi teknologi dan akses pasar *online*.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM, yang menetapkan bahwa usaha ini dikelola secara individual dan memenuhi persyaratan hukum tertentu untuk meningkatkan produktivitas ekonomi. Kriteria untuk menentukan bentuk usaha berdasarkan undang-undang tersebut adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha ekonomi produktif milik perorangan dan/atau badan usaha yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sesuai peraturan pemerintah.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh perorangan atau badan, bukan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sesuai peraturan pemerintah.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha, dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari Usaha Kecil atau Usaha Besar, dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sesuai dengan ketentuan undang-undang.

Beberapa tantangan utama yang dihadapi UMKM meliputi keterbatasan akses pembiayaan, rendahnya kapasitas manajerial, dan rendahnya literasi digital (Naufalin, 2020). Penelitian Richards (2023) menekankan bahwa platform digital seperti Sibakul Jogja dapat menjadi solusi untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Dukungan dari pemerintah daerah dan kebijakan yang mendorong digitalisasi UMKM juga menjadi faktor kunci keberhasilan. Penelitian Creutz (2023) mencatat bahwa kebijakan berbasis insentif dapat meningkatkan adopsi teknologi hingga 50% di kalangan UMKM.

2.1.1.1 Kriteria dan Klasifikasi UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebelumnya diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pada Februari 2021, pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang

Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi serta UMKM (PP UMKM), yang memperbarui beberapa kebijakan, termasuk kriteria klasifikasi usaha. Berdasarkan PP Nomor 7 Tahun 2021, usaha digolongkan sebagai UMKM jika memenuhi kriteria modal usaha sebagai berikut:

1. Usaha Mikro merupakan usaha yang memiliki modal usaha hingga Rp1.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Usaha Kecil merupakan usaha yang memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000 hingga Rp5.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
3. Usaha Menengah merupakan usaha yang memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000 hingga Rp10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Selain modal usaha, kriteria hasil penjualan tahunan diatur dalam Pasal 35 Ayat (6) PP Nomor 7 Tahun 2021 sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah badan usaha yang hasil penjualan tahunan maksimal Rp2.000.000.000.
2. Usaha Kecil adalah badan usaha yang hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000 hingga Rp15.000.000.000.
3. Usaha Menengah adalah badan usaha yang hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000.

Tabel 2. 1
Karakteristik UMKM Berdasarkan Aset dan Omzet

Skala Usaha	Undang-Undang No. 20 Tahun 2008		Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021	
	Aset (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Omzet (dalam 1 tahun)	Modal Usaha (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal Rp50.000.000.	Maksimal Rp300.000.000.	s.d Rp1.000.000.000.	s.d Rp2.000.000.000.
Usaha Kecil	> Rp50.000.000 – Rp500.000.000.	> Rp300.000.000 – Rp2.500.000.000.	> Rp1.000.000.000 – Rp5.000.000.000.	> Rp2.000.000.000 – Rp15.000.000.000.
Usaha Menengah	> Rp500.000.000 – Rp10.000.000.000.	> Rp2.500.000.000 – Rp50.000.000.000.	> Rp5.000.000.000 – Rp10.000.000.000.	> Rp15.000.000.000 – Rp50.000.000.000.
Usaha Besar	> Rp10.000.000.000	> Rp50.000.000.000		

Sumber: Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021

2.1.1.2 Peranan dan Kontribusi UMKM di Indonesia

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini berkontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, kesejahteraan masyarakat, dan daya saing industri nasional. UMKM tersebar di seluruh wilayah, dari perkotaan hingga pedesaan, sehingga mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat dan menyediakan sumber penghidupan yang stabil (Yolanda, 2024).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) tahun 2024, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai lebih dari 65 juta unit usaha. UMKM tersebar di berbagai sektor, termasuk perdagangan, manufaktur, pertanian, serta jasa, yang mencakup industri kuliner, fesyen, kerajinan tangan, hingga teknologi digital. Keberadaan UMKM memiliki signifikansi yang tinggi, terutama di wilayah terpencil, karena berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan distribusi pendapatan, serta penguatan pertumbuhan ekonomi lokal.

Pemerintah mendukung pertumbuhan UMKM melalui kebijakan permodalan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), pelatihan, serta pendampingan untuk meningkatkan daya saing. Digitalisasi UMKM terus digalakkan agar sektor ini mampu beradaptasi dengan perkembangan global. Keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM harus didorong untuk memastikan kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat serta pertumbuhan ekonomi jangka panjang di Indonesia.

2.1.2 Teori Efektivitas

Efektivitas adalah kemampuan suatu program atau sistem untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Robbins dan Coulter (2020), efektivitas mencerminkan tingkat keberhasilan dalam pencapaian sasaran. Dalam konteks digitalisasi UMKM, efektivitas dapat diukur melalui sejauh mana platform digital, seperti Sibakul Jogja, mampu meningkatkan akses pasar, keterlibatan pelanggan, dan efisiensi operasional (Widiyanti dkk., 2024).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), efektivitas berasal dari kata efektif yang artinya mempunyai akibat (akibat, pengaruh, kesan), mampu menghasilkan hasil, dan berdaya guna (berkenaan dengan usaha, kegiatan). Efektivitas merupakan tolak ukur pengukuran yang digunakan untuk menilai besarnya keberhasilan suatu organisasi atau lembaga dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Syam, 2020). Efektivitas merupakan komponen mendasar dari setiap organisasi, kegiatan, atau program adalah efektivitas, yang diperlukan untuk memenuhi tujuan atau sasaran yang telah ditentukan. Jika tujuan terpenuhi sesuai yang ditentukan, maka dianggap efektif.

Penelitian terbaru oleh Gartner (2023) menunjukkan bahwa tingkat efektivitas platform digital sangat dipengaruhi oleh tingkat adopsi pengguna dan dukungan teknis yang diberikan. Faktor-faktor ini menjadi penting untuk memastikan keberlanjutan dan dampak positif platform terhadap UMKM. Selain itu, efektivitas juga dipengaruhi oleh kualitas konten yang disediakan, responsivitas layanan, dan kemudahan penggunaan platform (Haerani dkk., 2025). Analisis oleh Hartanto (2024) menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang baik pada platform digital berkontribusi pada retensi pelanggan hingga 70%.

Secara sederhana efektivitas berasal dari kata efektif yang mengacu pada dampak, pengaruh, dan kemampuan untuk menghasilkan hasil. Menurut Peter Drucker, efisiensi adalah melakukan pekerjaan dengan benar (berpikir dengan cara yang benar), sedangkan efektivitas adalah melakukan hal yang benar (Prihatini dan Dewi, 2021). Efektivitas sering dikaitkan dengan pencapaian tujuan dan sasaran secara optimal, sementara efisiensi berfokus pada perbandingan yang baik antara usaha yang dikeluarkan dan hasil yang diperoleh. Oleh karena itu, efektivitas dan efisiensi saling terkait satu sama lain (Sinaga, 2017).

2.1.2.1 Indikator Efektivitas

Indikator efektivitas merupakan gambaran jangkauan akibat dan dampak dari sebuah program yang telah dilaksanakan (Siagian, 2019). Ketika hasilnya tidak nyata (*intangible*) dan tidak mungkin untuk didefinisikan, menilai kemandirian menjadi suatu tantangan. Kesulitan dalam mengukur efektivitas bermula dari kenyataan bahwa pencapaian hasil (*outcome*) seringkali tidak diketahui dalam jangka pendek, namun hanya diketahui dalam jangka panjang setelah program

berhasil, sehingga ukuran efektivitas biasanya dinyatakan secara kualitatif dalam bentuk suatu pernyataan (*judgment*), yang mengandung makna bahwa jika kualitas hasilnya baik, maka efektivitasnya juga baik (Yani dkk., 2023).

Efektivitas platform Sibakul Jogja berkaitan dengan sejauh mana platform ini berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan akses pasar serta mempermudah UMKM dalam mengelola dan mengembangkan usahanya. Efektivitas dapat diukur melalui berbagai indikator, seperti tingkat penggunaan platform oleh UMKM, kemudahan akses terhadap informasi dan fitur yang disediakan, serta dampak yang dihasilkan terhadap peningkatan pendapatan dan pertumbuhan usaha (Cheren dan Haryanto, 2022). Indikator efektivitas tersebut dapat dievaluasi melalui aspek-aspek berikut:

1. Kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana UMKM menilai platform Sibakul Jogja mudah digunakan dalam mengelola barang, transaksi, serta operasional usaha secara keseluruhan. Aspek ini dapat diukur melalui kuesioner yang menanyakan pengalaman pengguna terkait navigasi, kemudahan akses fitur, serta kenyamanan dalam menggunakan platform.
2. Akses pasar mencerminkan sejauh mana platform ini mampu membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan. Indikatornya dapat dilihat dari peningkatan jumlah transaksi, pertumbuhan jumlah pelanggan atau klien baru, serta keterjangkauan pasar yang lebih luas melalui platform.

3. Fitur-fitur yang tersedia mencakup berbagai layanan yang disediakan dalam platform, seperti mekanisme pembayaran, sistem periklanan, layanan pelanggan, dan fitur pendukung lainnya. Evaluasi terhadap fitur ini dilakukan untuk menilai sejauh mana fitur-fitur tersebut dapat membantu kelancaran aktivitas UMKM serta meningkatkan efisiensi operasional mereka.
4. Kecepatan respons mengacu pada seberapa cepat platform menanggapi keluhan, pertanyaan, dan permintaan pengguna. Hal ini mencakup respons terhadap layanan pelanggan, pemrosesan transaksi, serta penyelesaian kendala teknis yang dialami oleh UMKM dalam menggunakan platform. Kecepatan respons yang baik akan meningkatkan kepuasan pengguna dan memperkuat kepercayaan terhadap platform.

Suatu pencapaian atau pencapaian akhir disebut sebagai output. Output merupakan perbandingan antara tujuan yang ingin dicapai dengan hasil nyata dari tugas yang telah diselesaikan (Hilmi dkk., 2018). Untuk memastikan keselarasan antara tujuan dan hasil yang diperoleh, diperlukan evaluasi terhadap proses perencanaan serta perubahan yang dilakukan, terutama jika terdapat ketidaksesuaian dalam pencapaiannya.

Menurut teori T. Hani Handoko (2020), indikator efektivitas sering kali didefinisikan sebagai sejauh mana suatu organisasi atau perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efisien dan sesuai dengan harapan. Dalam bukunya, Handoko menekankan bahwa efektivitas organisasi tidak hanya bergantung pada pencapaian tujuan, tetapi juga pada pengelolaan sumber daya secara optimal untuk mencapai

hasil maksimal. Buku ini berfokus pada aspek manajerial yang berkaitan dengan strategi pencapaian tujuan, efisiensi operasional, serta pengelolaan sumber daya untuk mendukung efektivitas organisasi secara keseluruhan.

Indikator efektivitas digunakan untuk menilai sejauh mana suatu bisnis atau organisasi dapat mencapai tujuannya secara optimal. Dalam buku "Manajemen: Pengantar untuk Bisnis dan Organisasi", efektivitas didefinisikan sebagai kemampuan suatu entitas dalam mengalokasikan sumber daya secara efisien, menjalankan strategi yang tepat, serta mencapai hasil yang sesuai dengan harapan dan perencanaan.

Indikator efektivitas mencakup berbagai aspek penting, seperti pencapaian target, efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, inovasi dalam pengelolaan bisnis, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha (Sudaryanto, 2024). Dengan memahami dan menerapkan indikator ini, organisasi dapat mengevaluasi kinerja, mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, serta mengembangkan strategi yang lebih efektif guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis.

Menurut T. Tani Handoko, efektivitas suatu perencanaan dapat diukur berdasarkan beberapa kriteria utama. Kriteria ini membantu dalam menilai sejauh mana suatu perencanaan dapat berfungsi secara optimal dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi (Ramadhan, 2023). Perencanaan yang efektif tidak hanya harus realistis dan sesuai dengan kondisi organisasi, tetapi juga harus mampu memberikan manfaat maksimal dengan sumber daya yang tersedia. Berikut adalah kriteria efektivitas perencanaan menurut T. Hani Handoko, yaitu:

Table 2. 2
Indikator Efektivitas Menurut T. Tani Handoko

No.	Kriteria Efektivitas	Variable Indikator	Penjelasan
1.	Kegunaan	Relevansi dan fleksibilitas	Perencanaan harus berguna bagi manajemen dalam menjalankan fungsi-fungsinya serta bersifat fleksibel, stabil, berkesinambungan, dan sederhana agar mudah diterapkan dalam berbagai kondisi.
2.	Ketepatan dan Objektivitas	Keakuratan data dan realitas perencanaan	Perencanaan harus berdasarkan data yang akurat, realistis, dan dapat dievaluasi. Keputusan yang diambil harus didukung oleh informasi yang jelas dan relevan untuk menghindari kesalahan strategis.
3.	Ruang Lingkup	Kelengkapan dan konsistensi	Perencanaan harus mencakup prinsip kelengkapan (<i>comprehensiveness</i>), keselarasan (<i>unity</i>), serta konsistensi dengan visi dan misi organisasi agar dapat diterapkan secara efektif.
4.	Efektivitas Biaya	Efisiensi sumber daya dan alokasi anggaran	Perencanaan harus mempertimbangkan efisiensi dalam penggunaan waktu, tenaga, dan sumber daya finansial agar tidak terjadi pemborosan serta memastikan optimalisasi hasil.
5.	Akuntabilitas	Kejelasan tanggung jawab dan transparansi	Perencanaan harus memiliki kejelasan dalam tanggung jawab, baik dalam pelaksanaan maupun implementasi, sehingga setiap keputusan dapat dipertanggungjawabkan secara profesional.
6.	Ketepatan Waktu	Kesiapan dan responsivitas terhadap perubahan	Perencanaan harus disusun dan diterapkan tepat waktu agar tidak kehilangan relevansi dan dapat mengantisipasi perubahan internal maupun eksternal secara cepat dan efektif.

Sumber: Zakiyah dan Eka (2019)

Menurut Hari Lubis dan Martani Huseini (1987), efektivitas adalah kinerja organisasi atau program dalam mencapai tujuan dengan mempertimbangkan pemanfaatan sumber daya, efisiensi proses, dan dampak terhadap pemangku kepentingan. Konsep ini mencakup pencapaian tujuan utama, optimalisasi sumber daya, dan kepuasan atas hasil yang diperoleh. Indikator efektivitas menurut Hari

Lubis dan Martani Huseini digunakan untuk mengevaluasi organisasi, program, atau kebijakan secara komprehensif (Siwal dkk., 2018).

Table 2. 3
Indikator efektivitas menurut H. Lubis dan Martani Huseini

Pendekatan	Indikator Efektivitas	Penjelasan	Petunjuk Indikator
Pendekatan Sumber	Ketersediaan sumber daya	Menilai ketersediaan tenaga kerja, teknologi, dan pendanaan untuk memungkinkan pelaksanaan kegiatan.	Memeriksa jumlah dan kecukupan sumber daya yang tersedia (jumlah SDM, alokasi dana, dan fasilitas).
	Kualitas sumber daya	Menilai tingkat keterampilan, relevansi teknologi, dan kualitas sumber daya yang digunakan.	Evaluasi kompetensi tenaga kerja, efisiensi teknologi, dan kecukupan anggaran.
Pendekatan Proses	Efisiensi Operasional	Mengukur seberapa efisien operasi diselesaikan dalam hal biaya, waktu, dan tenaga kerja.	Analisis waktu pengerjaan, biaya operasional, dan jumlah kesalahan selama proses berlangsung.
	Kesesuaian dengan prosedur	Mengevaluasi kesesuaian dengan standar atau prosedur operasional yang ditetapkan.	Laporan audit, evaluasi implementasi proses, dan tingkat kepatuhan terhadap kebijakan.
Pendekatan Sasaran	Pencapaian tujuan	Mengukur sejauh mana tujuan atau hasil akhir yang telah ditetapkan sebelumnya dapat dipenuhi.	Membandingkan hasil aktual dengan target yang direncanakan.
	Kepuasan <i>stakeholder</i>	Evaluasi sejauh mana tindakan membawa keuntungan dan kesenangan bagi pihak-pihak yang terlibat.	Survei kepuasan pelanggan, wawancara stakeholder, dan umpan balik.

Sumber: Lubis dan Huseini (1987)

Berdasarkan tabel 2.3 menggambarkan cara untuk mengevaluasi efektivitas suatu kegiatan atau proyek melalui tiga aspek utama: sumber daya, proses, dan

tujuan. Pada aspek sumber daya, efektivitas diukur berdasarkan ketersediaan dan kualitas sumber daya, seperti tenaga kerja, teknologi, dan dana yang cukup untuk mendukung pelaksanaan kegiatan. Pada aspek proses, efektivitas dilihat dari efisiensi operasional dalam hal waktu, biaya, dan tenaga, serta kesesuaian kegiatan dengan prosedur atau standar yang ada. Sedangkan pada aspek tujuan, efektivitas diukur dengan melihat sejauh mana tujuan yang telah ditetapkan tercapai dan tingkat kepuasan dari *stakeholder* terhadap hasil yang dicapai.

2.1.3 Teori Produktivitas

Produktivitas mengacu pada efisiensi penggunaan sumber daya dalam menghasilkan output. Dalam lingkup UMKM, produktivitas mencakup efisiensi operasional, inovasi produk, dan manajemen waktu. Chase dkk., (2019) menyatakan bahwa adopsi teknologi digital dapat meningkatkan produktivitas hingga 35% melalui pengurangan waktu kerja manual dan peningkatan kualitas data yang digunakan dalam pengambilan keputusan (Sriram dkk., 2020).

Produktivitas sangat penting bagi bisnis karena digunakan untuk memantau kinerja produksi. Indikator keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari tingkat produktivitasnya (Zalukhu dkk., 2024). Pengukuran produktivitas merupakan perbandingan hubungan antara sumber daya yang digunakan dengan produk yang dihasilkan (Ramayanti dkk., 2020). Menurut Agustina dan Riana (2011) produktivitas merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk menghasilkan produk yang tepat sasaran. Produktivitas merupakan upaya yang dilakukan manusia untuk meningkatkan produk dan jasa melalui efisiensi penggunaan sumber daya.

Laporan terbaru dari World Economic Forum (2023) menegaskan bahwa digitalisasi memungkinkan UMKM mengoptimalkan proses bisnis mereka, seperti manajemen inventaris dan pemasaran, yang secara langsung meningkatkan produktivitas usaha kecil. Produktivitas yang tinggi juga dapat dicapai melalui kolaborasi antar UMKM, yang difasilitasi oleh platform digital seperti Sibakul Jogja. Penelitian Deloitte (2023) menyebutkan bahwa kolaborasi berbasis platform dapat meningkatkan efisiensi hingga 40% melalui berbagi sumber daya dan pengetahuan.

Meningkatkan produktivitas merupakan faktor kunci dalam mempercepat pencapaian tujuan organisasi (Bangun, 2021). Produktivitas yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan output yang lebih besar dengan sumber daya yang sama atau lebih sedikit, sehingga efisiensi dan daya saing meningkat. Oleh karena itu, perusahaan harus secara aktif mengawasi dan mengelola produktivitas kerja karyawan, bukan hanya memastikan peningkatan kinerja, tetapi juga mengidentifikasi hambatan yang dapat menghambat produktivitas. Dengan pemantauan yang baik, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) seperti adanya pelatihan, pemberian insentif, atau penyediaan lingkungan kerja yang kondusif, guna memastikan produktivitas tetap berada pada level yang optimal tanpa perlu dilakukan peninjauan produktivitas yang berulang (Ummah, 2019).

Menurut Sutrisno (2021) menyatakan bahwa produktivitas kerja bukan sekadar hasil fisik, tetapi juga merupakan refleksi dari sikap mental individu. Mentalitas produktif tercermin dalam upaya berkelanjutan untuk memperbaiki dan

meningkatkan kualitas kerja, baik dalam hal efisiensi, inovasi, maupun disiplin dalam menjalankan tugas. Oleh karena itu, menciptakan budaya kerja yang mendorong inisiatif, kreativitas, dan tanggung jawab menjadi aspek penting dalam menjaga dan meningkatkan produktivitas kerja secara berkelanjutan (Widodo, 2022).

Gagasan Tohardi (2002) bahwa seseorang dapat menyelesaikan suatu tugas hari ini lebih baik daripada kemarin, dan hari esok akan lebih baik hari ini. Produktivitas pada hakikatnya adalah sikap mental yang meyakini bahwa kehidupan hari ini harus lebih baik dari hari kemarin, dan hari esok akan lebih baik dari hari ini. Pendekatan seperti ini mendorong orang untuk mengembangkan diri dan meningkatkan bakat profesional mereka dengan selalu mencari perbaikan dan peningkatan, bukannya merasa puas dengan cepat.

Menurut Sutrisno (2019) untuk mengukur produktivitas kerja, baik dalam konteks evaluasi perusahaan maupun penelitian, diperlukan sejumlah indikator yang dapat diamati. Beberapa indikator tersebut meliputi aspek-aspek, sebagai berikut:

1. Kapasitas untuk menyelesaikan kegiatan

Kemampuan dalam melaksanakan tugas merupakan faktor utama yang menentukan produktivitas kerja seorang karyawan. Tingkat kompetensi ini sangat dipengaruhi oleh keterampilan, pengalaman, serta profesionalisme dalam bekerja. Karyawan yang memiliki keterampilan tinggi cenderung lebih efisien dalam menyelesaikan tugasnya sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Selain itu, kapasitas individu dalam

mengelola pekerjaan dengan tepat waktu mencerminkan tingkat keahlian dan kedisiplinan yang dimilikinya. Semakin tinggi kemampuan dan kapasitas seorang karyawan, semakin besar produktivitas yang dapat dicapai dalam pekerjaannya.

2. Meningkatkan hasil yang dicapai

Hasil kerja merupakan ukuran keberhasilan seseorang dalam menyelesaikan tugasnya. Produktivitas yang tinggi ditandai dengan peningkatan hasil kerja yang optimal, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Dalam konteks UMKM, peningkatan hasil dapat diartikan sebagai peningkatan pendapatan dan efisiensi dalam menjalankan usaha.

3. Semangat Kerja

Semangat kerja yang tinggi berkontribusi pada motivasi karyawan untuk bekerja lebih giat, inovatif, dan kreatif dalam menyelesaikan tugasnya. Semangat kerja juga berdampak pada disiplin, loyalitas, dan keterlibatan dalam pekerjaan.

4. Pengembangan Diri

Produktivitas kerja tidak hanya bergantung pada kondisi saat ini, tetapi juga kemampuan individu untuk terus belajar dan berkembang. Pelatihan, pendidikan, dan peningkatan keterampilan menjadi faktor penting dalam meningkatkan produktivitas karyawan.

5. Mutu

Mutu kerja adalah indikator penting yang mencerminkan kualitas hasil pekerjaan seorang karyawan. Peningkatan mutu tidak hanya

memberikan manfaat signifikan bagi perusahaan, seperti peningkatan efisiensi dan reputasi, tetapi juga bagi karyawan itu sendiri, misalnya dalam bentuk pengembangan karier dan kepuasan kerja. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan mutu kerja seharusnya menjadi prioritas bersama antara manajemen dan karyawan.

6. Efisiensi

Produktivitas kerja diukur dengan membandingkan output yang dihasilkan dengan input yang digunakan. Input mencakup berbagai sumber daya seperti tenaga kerja, waktu, dan bahan baku, sementara output adalah hasil kerja yang dicapai. Efisiensi dalam memanfaatkan sumber daya ini sangat mempengaruhi tingkat produktivitas. Semakin optimal penggunaan input, semakin tinggi produktivitas yang dapat dicapai.

2.1.3.1 Indikator Produktivitas

Indikator produktivitas mengukur efisiensi dan efektivitas dalam menghasilkan output dari input tertentu (Pratama, 2023). Aspek utama meliputi produktivitas tenaga kerja, modal, serta total faktor yang mencerminkan kontribusi teknologi dan inovasi. Efisiensi penggunaan sumber daya dan kualitas output juga menjadi ukuran produktivitas. Produktivitas yang tinggi tidak hanya meningkatkan produksi, tetapi juga memastikan mutu, inovasi, dan keberlanjutan usaha. Dalam UMKM, produktivitas menentukan daya saing dan keberlanjutan usaha, yang diukur melalui efisiensi, efektivitas, dan kualitas operasional.

Produktivitas UMKM menentukan daya saing dan pertumbuhan usaha. Indikator utama meliputi efisiensi tenaga kerja, optimalisasi modal dan bahan baku,

serta penerapan teknologi dan inovasi. Efisiensi tenaga kerja mengacu pada kemampuan tenaga kerja dalam menghasilkan output yang maksimal dengan jumlah tenaga kerja atau jam kerja yang tersedia. Efisiensi ini dapat dihitung dengan membandingkan jumlah output yang dihasilkan dengan jumlah pekerja yang digunakan atau total jam kerja yang dikeluarkan dalam proses produksi (Fikri, 2023). Pemanfaatan sumber daya yang lebih efisien meningkatkan produktivitas. Teknologi dan inovasi mempercepat produksi, menekan biaya, dan memperluas pasar.

Produktivitas UMKM tercermin dari kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Produk bernilai tambah, daya tahan tinggi, serta layanan unggul meningkatkan loyalitas pelanggan dan peluang ekspansi. Inovasi model bisnis, strategi pemasaran efektif, dan adaptasi terhadap perubahan pasar menjadi indikator produktivitas. Produktivitas yang tinggi mendorong peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, penguatan ekonomi lokal, serta keberlanjutan usaha jangka panjang.

Menurut Sutrisno (2021), produktivitas adalah perbandingan antara hasil yang diperoleh (output) dengan keseluruhan sumber daya yang digunakan (input) dalam proses produksi. Produktivitas tidak hanya mengukur kuantitas barang atau jasa yang dihasilkan, tetapi juga memperhitungkan efisiensi dalam penggunaan tenaga kerja, modal, teknologi, serta bahan baku. Dalam konteks UMKM, produktivitas dapat dilihat dari sejauh mana usaha kecil dan menengah mampu mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk menghasilkan output yang lebih besar tanpa meningkatkan biaya produksi secara berlebihan.

Produktivitas mencakup efisiensi dan efektivitas dalam mencapai tujuan usaha. UMKM yang produktif mampu meningkatkan produksi, menambah nilai pada produk, serta memenuhi kebutuhan pasar dan kepuasan pelanggan. Kemampuan mengelola sumber daya secara optimal mencerminkan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Tingkat produktivitas yang tinggi juga mendorong daya saing, memperluas akses pasar, dan meningkatkan stabilitas keuangan, sehingga UMKM dapat bertahan serta berkembang dalam berbagai kondisi ekonomi (Suharto, 2022).

2.1.3.2 Hubungan Produktivitas dengan Pengembangan UMKM

Produktivitas menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tengah persaingan yang semakin ketat. Tingkat produktivitas mencerminkan efisiensi dalam pemanfaatan sumber daya ekonomi. Indikator utama produktivitas meliputi tingkat produksi dan pendapatan yang dihasilkan. Produktivitas yang optimal tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan dan kesejahteraan UMKM secara berkelanjutan (Gunawan, 2023).

Produktivitas yang tinggi pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berdampak signifikan terhadap efisiensi operasional dan kemampuan untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang (Hariani dkk., 2024). UMKM yang meningkatkan produktivitasnya dapat memproduksi barang atau jasa dengan biaya lebih rendah, sehingga lebih kompetitif dalam harga. Keunggulan ini memungkinkan UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya tarik produk atau layanan, baik di tingkat lokal maupun internasional .

Produktivitas yang optimal juga berperan dalam peningkatan kualitas produk atau layanan. Dengan penerapan teknologi yang tepat dan pengelolaan sumber daya manusia yang efisien, UMKM dapat memperbaiki proses produksi untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi. Kualitas yang terjaga meningkatkan kepuasan pelanggan, menciptakan loyalitas konsumen yang berujung pada pertumbuhan berkelanjutan (Massora, 2021).

Perkembangan UMKM sangat dipengaruhi oleh peningkatan produktivitas, yang berperan dalam meningkatkan daya inovasi dan adaptabilitas terhadap dinamika pasar (Nanta dkk., 2025). Efisiensi dalam pengelolaan sumber daya memungkinkan UMKM untuk mengalokasikan investasi dalam penelitian dan pengembangan, sehingga dapat menciptakan produk baru atau mengoptimalkan proses bisnis. Inovasi yang dihasilkan tidak hanya mempercepat pertumbuhan individu UMKM, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan ekosistem UMKM secara keseluruhan, mendorong daya saing sektor tersebut di tingkat nasional maupun global.

2.1.4 Pengertian Pendapatan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pendapatan adalah individu, bisnis, dan organisasi lain memperoleh uang sebagai konsekuensi dari upaya mereka dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, biaya, dan keuntungan. Pendapatan mengacu pada jumlah yang dibebankan kepada pelanggan untuk produk dan layanan yang dijual (Putri dan Arif, 2023). Pendapatan adalah masuknya aset atau pengurangan utang akibat penyerahan barang atau jasa kepada klien. Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan pendapatan sebagai hasil bekerja

selama jangka waktu tertentu dan menerima pembayaran dalam bentuk uang atau barang. Menurut Nisa (2020) menjelaskan bahwa Badan Pusat Statistik (BPS) mengklasifikasikan pendapatan ke dalam tiga kategori, yaitu:

1. Pendapatan berbentuk uang adalah penerimaan dalam wujud uang yang didapat dari balas jasa.
2. Pendapatan berbentuk barang adalah penerimaan barang dan jasa. Pengguna menerima produk atau jasa dengan harga pasar, tetapi tidak menggunakan uang untuk pertukaran.
3. Penerimaan yang bukan berbentuk pendapatan adalah kwitansi penjualan barang bekas, warisan, hadiah, pinjaman, dan lain sebagainya.

Pendapatan merupakan bagian penting dalam operasional suatu perusahaan karena menentukan besarnya keuntungan yang diperlukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan (Tempoh dkk., 2021). Pendapatan adalah komponen penting dari laporan laba rugi perusahaan. Banyak orang yang bingung dengan ungkapan “penghasilan”. Hal ini disebabkan karena pendapatan dapat diartikan sebagai pendapatan dan penghasilan, maka pendapatan dapat diartikan sebagai pendapatan dan istilah pendapatan dapat diartikan sebagai pendapatan atau laba (Firdausi, 2020).

Menurut Wibawa (2021) menjelaskan bahwa pendapatan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal, seperti efektivitas dan produktivitas usaha, tetapi juga oleh faktor eksternal, termasuk kebijakan pemerintah, akses terhadap teknologi, serta tingkat persaingan di pasar. Efektivitas usaha menunjukkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola sumber daya secara optimal untuk

mencapai tujuan bisnis. Sementara itu, produktivitas berperan dalam meningkatkan efisiensi produksi, di mana peningkatan produktivitas memungkinkan usaha menghasilkan lebih banyak output tanpa meningkatkan biaya secara signifikan (Mauladin dan Alamsyah, 2023).

Kebijakan pemerintah yang melalui regulasi, subsidi, dan program pendampingan, berperan dalam membentuk ekosistem usaha yang mendukung pertumbuhan UMKM serta meningkatkan pendapatannya. Akses terhadap teknologi menjadi faktor krusial dalam meningkatkan daya saing, terutama di era digitalisasi, di mana pemanfaatan teknologi informasi memungkinkan perluasan pasar dan peningkatan efisiensi operasional. Integrasi teknologi dalam proses produksi, pemasaran, dan manajemen keuangan dapat meningkatkan produktivitas serta mempercepat pengambilan keputusan berbasis data (Zikri, 2024). Selain itu, tingkat persaingan di pasar memengaruhi strategi usaha, termasuk penetapan harga, inovasi produk, dan efektivitas pemasaran. Persaingan yang tinggi menuntut UMKM untuk terus beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen serta mengoptimalkan sumber daya agar tetap kompetitif dan memperoleh keuntungan secara berkelanjutan.

Pengukuran pendapatan UMKM dilakukan untuk memahami sejauh mana usaha tersebut berkembang dan memperoleh keuntungan dari aktivitas ekonominya. Menurut Witanti dan Hadiana (2016) pendapatan dapat diukur melalui beberapa indikator, seperti total penerimaan usaha dalam periode tertentu, laba bersih setelah dikurangi biaya produksi dan operasional, serta *margin* keuntungan yang dihasilkan. Selain itu, pengukuran pendapatan juga dapat

dilakukan dengan membandingkan pertumbuhan pendapatan dari waktu ke waktu guna mengevaluasi keberhasilan strategi usaha yang diterapkan. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kinerja finansial UMKM serta faktor-faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan atau penurunan pendapatan yang diperoleh (Lia dkk., 2015).

Mankiw (2011) menjelaskan bahwa pendapatan dihitung sebagai hasil perkalian antara jumlah barang atau jasa yang berhasil dijual dengan harga per unit. Pendapatan merupakan salah satu indikator utama dalam mengukur keberhasilan suatu usaha. Dalam UMKM, pemahaman terhadap pendapatan total sangat penting dalam pengambilan keputusan bisnis, terutama dalam strategi harga dan penjualan (Nurhayati, 2017). Dengan memaksimalkan jumlah barang yang terjual atau menetapkan harga yang sesuai dengan permintaan pasar, UMKM dapat meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usahanya. Menurut Alpasha (2022) menyatakan bahwa secara matematis, rumusnya dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$TR = P \times Q \quad (1)$$

Keterangan:

TR = *total revenue* (penjualan barang atau jasa)

P = *price* (harga per unit barang atau jasa)

Q = *quantity* (jumlah unit barang atau jasa yang terjual)

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan hasil dari aktivitas ekonomi individu, bisnis, atau organisasi yang mencerminkan imbalan dalam bentuk uang atau barang. Sebagai indikator kesejahteraan ekonomi, pendapatan berperan penting dalam keberlanjutan usaha .dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti efektivitas, produktivitas, kebijakan pemerintah, serta akses terhadap teknologi. Dalam konteks UMKM, peningkatan

produktivitas menjadi faktor determinan yang memungkinkan peningkatan kapasitas produksi tanpa kenaikan biaya signifikan, sehingga mendukung efisiensi dan peningkatan keuntungan. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan, pelaku usaha dapat merancang strategi yang lebih optimal dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan keberlanjutan bisnis.

2.1.4.1 Jenis-Jenis Pendapatan

Menurut Iskandar (2017), pendapatan dibagi menjadi dua yaitu pendapatan bersih dan pendapatan kotor. Pendapatan bersih adalah jumlah yang tersisa setelah dikurangi harga pokok penjualan ditambah diskon penjualan, sedangkan pendapatan kotor adalah pendapatan suatu perusahaan sebelum dikurangi biaya produksi. Secara umum pendapatan dapat digolongkan menjadi tiga yaitu:

1. Gaji dan upah merujuk pada kompensasi yang diterima oleh pekerja sebagai pertukaran atas jasa atau pekerjaan yang mereka lakukan.
2. Pendapatan dari kekayaan juga dikenal sebagai pendapatan dari aset atau pendapatan pasif, merujuk pada pendapatan yang dihasilkan dari investasi atau aset yang Anda miliki, bukan dari jasa profesional atau pekerjaan Anda.
3. Pendapatan dari sumber lain merujuk dalam contoh ini, pendapatan non-tenaga kerja terdiri dari pendapatan pemerintah, asuransi pengangguran, sewa aset, bunga bank, dan jenis hadiah lainnya. tingkat uang mengacu pada standar hidup yang mampu dimiliki seseorang atau keluarga tergantung pada pendapatan mereka atau sumber uang lainnya.

2.1.4.2 Sumber Pendapatan

Pendapatan perusahaan dari aktivitas intinya juga berasal dari aktivitas transaksi lainnya, oleh karena itu pendapatan dapat dibedakan menjadi dua bidang (Harnanto, 2019), yaitu:

1. Pendapatan usaha operasional (*operating revenue*) adalah hasil yang diperoleh langsung dari operasional suatu perusahaan sebagai hasil usaha pokoknya. Pendapatan operasional bisnis adalah metrik yang menunjukkan berapa banyak keuntungan yang akan dihasilkan perusahaan.
2. Pendapatan usaha non operasional (*non operating revenue*) adalah pendapatan yang diperoleh perusahaan yang tidak berkaitan dengan usaha utama yang dilakukan perusahaan dalam kegiatannya.

2.1.4.3 Indikator Pendapatan

Menurut Patty (2015), indikator pendapatan sebagai berikut:

1. Pendapatan atau penerimaan penjualan adalah sejumlah uang yang diperoleh dari penjualan selama jangka waktu tertentu setelah dikurangi harga pokok penjualan (HPP), biaya-biaya, dan biaya-biaya lainnya.
2. Kesejahteraan dan standar hidup akan meningkat secara signifikan seiring dengan peningkatan pendapatan.
3. Pendapatan dapat memenuhi kebutuhan keluarga; dengan penghasilan, dapat memenuhi kebutuhan hidup dan meningkatkan kesejahteraan dengan baik.

Pendapatan merupakan salah satu aspek utama dalam mengukur kesejahteraan ekonomi suatu individu, kelompok, atau sektor usaha. Dalam konteks

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), indikator pendapatan memainkan peran penting dalam menilai kinerja dan produktivitas usaha. Menurut Mankiw (2011) dalam buku “*Principless of Economics*” pendapatan dan pertumbuhan ekonomi dapat dianalisis melalui beberapa konsep dan rumus fundamental yang digunakan dalam ekonomi dan bisnis (Rakasiwi, 2021), yaitu:

1. Pendapatan Total (*Total Revenue*) adalah pendapatan yang diperoleh UMKM dari hasil penjualan barang atau jasa dalam suatu periode tertentu. Pendapatan ini mencerminkan besarnya penerimaan sebelum dikurangi biaya produksi dan operasional. Untuk menghitung pendapatan total, digunakan pendekatan matematis dengan mengalikan jumlah unit barang atau jasa yang berhasil terjual dengan harga jual per unit (Alpasha, 2022).

Secara sistematis, pendapatan total dirumuskan sebagai berikut:

$$TR = P \times Q \quad (2)$$

Keterangan:

- TR = *total revenue* (pendapatan total)
 P = *price per unit* (harga jual per unit)
 Q = *quantity sold* (jumlah unit terjual)

2. Pendapatan Bersih (*Net Revenue*) adalah jumlah pendapatan yang diperoleh UMKM setelah dikurangi dengan berbagai potongan, seperti diskon, retur, atau insentif lain yang diberikan kepada pelanggan. Pendapatan ini mencerminkan jumlah pendapatan yang benar-benar diterima oleh usaha setelah adanya penyesuaian terhadap pengurangan harga yang diberikan (Wardani, 2019). Secara sistematis, pendapatan bersih dirumuskan sebagai berikut:

$$NR = TR - TC \quad (3)$$

Keterangan:

NR = *net revenue* (pendapatan bersih)

TR = *total revenue* (pendapatan total)

TC = *total cost* (Total Biaya)

3. Laba Kotor (*Gross Profit*) adalah selisih antara pendapatan total yang diperoleh UMKM dengan biaya produksi langsung yang dikeluarkan dalam proses produksi. Biaya produksi langsung mencakup biaya bahan baku dan tenaga kerja yang secara langsung terlibat dalam pembuatan produk atau penyediaan jasa. Laba kotor menjadi indikator awal profitabilitas usaha sebelum mempertimbangkan biaya operasional lainnya (Maruta, 2019). Secara sistematis, laba kotor dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$GP = TR - DC \quad (4)$$

Keterangan:

GP = *gross profit* (laba kotor)

TR = *total revenue* (pendapatan total)

DC = *direct cost* (biaya produksi langsung)

4. Laba Bersih (*Net Profit*) adalah keuntungan akhir yang diperoleh suatu usaha setelah dikurangi seluruh biaya yang dikeluarkan dalam operasional bisnis. Biaya tersebut mencakup biaya produksi, biaya operasional seperti pemasaran dan distribusi, serta kewajiban pajak. Laba bersih menjadi indikator utama dalam menilai profitabilitas usaha dan efisiensi manajemen keuangan suatu UMKM (Zannati, 2018). Secara sistematis, laba bersih dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$NP = TR - (PC + OC + T) \quad (5)$$

Keterangan:

NP = *net profit* (laba bersih)

TR = *total revenue* (pendapatan total)

PC = *production cost* (biaya produksi)

OC = *operational cost* (biaya operasional)

T = *tax* (pajak)

5. Pendapatan per Kapita adalah indikator ekonomi yang digunakan untuk mengukur rata-rata pendapatan yang diperoleh setiap individu dalam suatu wilayah dalam periode tertentu. Indikator ini memberikan gambaran mengenai tingkat kesejahteraan masyarakat serta distribusi pendapatan dalam suatu negara atau daerah. Pendapatan per kapita sering digunakan sebagai salah satu tolok ukur dalam menilai pertumbuhan ekonomi dan standar hidup penduduk (Wibowo, 2015). Secara sistematis, pendapatan per kapita dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$PK = \frac{PN}{JP} \quad (6)$$

Keterangan:

PK = pendapatan per kapita

PN = Pendapatan nasional atau total pendapatan suatu wilayah

JP = Jumlah penduduk

6. Pertumbuhan Pendapatan (*Revenue Growth*) adalah indikator ekonomi yang menggambarkan perubahan jumlah pendapatan yang diperoleh dalam suatu periode dibandingkan dengan periode sebelumnya. Indikator ini digunakan untuk mengevaluasi kinerja keuangan suatu usaha, mengukur efektivitas strategi bisnis yang diterapkan, serta menentukan tren pertumbuhan ekonomi dalam skala yang lebih luas. Jika nilai pertumbuhan pendapatan positif, maka terjadi peningkatan pendapatan, sedangkan nilai negatif menunjukkan adanya penurunan pendapatan (Uyun, 2023). Secara sistematis, pertumbuhan pendapatan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$TGP = \left(\frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}} \right) \times 100\% \quad (7)$$

Keterangan:

TGP = tingkat pertumbuhan pendapatan

P_t = pendapatan pada periode saat ini

P_{t-1} = pendapatata pada periode sebelumnya

Pengukuran pendapatan merupakan aspek fundamental dalam menilai kinerja ekonomi suatu usaha. Analisis terhadap penerimaan yang diperoleh memberikan gambaran tentang perkembangan usaha serta efektivitas strategi yang diterapkan. Evaluasi yang akurat terhadap pendapatan membantu dalam menentukan langkah-langkah yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

2.1.5 Sibakul Jogja

Sistem Informasi Pembinaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Daerah Istimewa Yogyakarta adalah program digital yang bertujuan untuk mengumpulkan, mengintegrasikan, dan memanfaatkan data koperasi dan UMKM di DIY. Program ini bertujuan memodernisasi manajemen pembinaan agar pemerintah daerah DIY lebih efektif dalam membantu UMKM dan koperasi untuk berkembang menjadi penggerak perekonomian yang tangguh, efisien, dan modern (Naami dan Maemunah, 2024).

Sibakul Jogja adalah platform digital yang dikembangkan oleh Pemerintah DIY untuk mendukung pengembangan UMKM melalui teknologi digital (Pasca dkk., 2024). Platform ini diperkenalkan pada tahun 2020 untuk mengatasi tantangan yang dihadapi pelaku UMKM, terutama terkait digitalisasi, akses pasar, dan efisiensi operasional. Pada tahun 2023, Sibakul Jogja telah terhubung dengan lebih dari 10.000 unit UMKM di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya. Platform ini

terbukti efektif meningkatkan akses pasar hingga 40% dan membantu pelaku usaha kecil meningkatkan pendapatan rata-rata sebesar 25% dalam waktu dua tahun (Apriliana dan Sebayang, 2024).

Tujuan utama Sibakul Jogja adalah membangun ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM di Yogyakarta melalui inovasi teknologi, sehingga UMKM dapat lebih kompetitif di pasar lokal, nasional, dan global (Ulinuha, 2023). Dalam hal ini, Sibakul Jogja menjadi program strategis untuk mempercepat transformasi digital di sektor UMKM. Dengan memanfaatkan platform ini, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing mereka. Selain itu, Sibakul Jogja juga memberikan akses lebih mudah ke sumber daya dan informasi yang penting untuk pengembangan usaha, seperti pelatihan, pendanaan, dan peluang kolaborasi (Sulistyo, 2025).

Berdasarkan lampiran 1.2 mengklasifikasikan aspek pengembangan UMKM ke dalam tiga tingkatan, yaitu Kelas I, Kelas II, dan Kelas III. Penelitian Meiyunita (2023) mendukung klasifikasi ini dengan menunjukkan bahwa setiap kelas mencerminkan tingkat kematangan UMKM dalam mendukung pertumbuhan dan daya saingnya.

1. Aspek Produksi

Pengembangan produksi UMKM meningkat bertahap sesuai kelasnya. Kelas I menitikberatkan pemenuhan standar dasar produksi dan sertifikasi awal. Kelas II berfokus pada peningkatan kualitas dan kapasitas produksi melalui standar mutu serta sertifikasi ketat. Kelas III mengarah

pada efisiensi dan standarisasi produksi dengan penerapan sistem berbasis indikator kinerja, keamanan pangan internasional, dan sertifikasi nasional. Semakin tinggi kelas, semakin kompleks dan ketat standar produksi yang diterapkan untuk meningkatkan daya saing UMKM.

2. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pemasaran UMKM berkembang bertahap sesuai kelasnya. Kelas I berfokus pada perencanaan strategi pemasaran dan peningkatan akses pasar. Kelas II mengembangkan jaringan pemasaran lebih luas melalui pameran nasional dan pendampingan branding. Kelas III menargetkan ekspansi internasional dengan persiapan ekspor dan diversifikasi bisnis melalui kemitraan investor. Semakin tinggi kelas, semakin luas jangkauan dan strategi pemasaran yang diterapkan untuk meningkatkan daya saing UMKM.

3. Aspek Digital Marketing

Digitalisasi pemasaran UMKM berkembang sesuai kelasnya. Kelas I mengenalkan pemasaran melalui media sosial sebagai langkah awal. Kelas II memperluas strategi dengan optimalisasi website, fasilitasi domain, hosting, serta pelatihan SEO dan *content marketing*. Kelas III mengoptimalkan pemasaran digital melalui periklanan berbayar untuk meningkatkan jangkauan pasar. Semakin tinggi kelas, semakin kompleks dan efektif strategi pemasaran digital yang diterapkan.

4. Aspek Kelembagaan

Legalitas usaha UMKM berkembang sesuai kelasnya. Kelas I memberikan pemahaman dasar melalui sosialisasi perizinan IUMK dan OSS. Kelas II memperkuat aspek legalitas dengan pendampingan pengurusan izin CV serta peningkatan kesadaran perpajakan. Kelas III meningkatkan kelembagaan melalui legalitas PT, pelatihan perpajakan mendalam, dan penerapan sistem manajemen mutu berbasis *International Organization for Standardization* (ISO). Semakin tinggi kelas, semakin kompleks regulasi dan standar legalitas yang diterapkan.

5. Aspek Keuangan

Keuangan UMKM berkembang sesuai kelasnya. Kelas I menekankan akses permodalan dan literasi keuangan dasar. Kelas II memperluas wawasan manajemen keuangan bisnis tradisional dan skema pembiayaan pemerintah. Kelas III menerapkan digitalisasi keuangan melalui pelatihan manajemen berbasis aplikasi dan akses pembiayaan ekspor. Semakin tinggi kelas, semakin kompleks dan modern sistem keuangan yang diterapkan.

6. Aspek Sumber Daya Manusia

Keuangan UMKM berkembang sesuai kelasnya. Kelas I menekankan akses permodalan dan literasi keuangan dasar. Kelas II memperluas wawasan manajemen keuangan bisnis tradisional dan skema pembiayaan pemerintah. Kelas III menerapkan digitalisasi keuangan melalui pelatihan manajemen berbasis aplikasi dan akses pembiayaan

ekspor. Semakin tinggi kelas, semakin kompleks dan modern sistem keuangan yang diterapkan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Kajian pustaka bertujuan untuk memperoleh perbandingan hasil studi pada penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dengan topik dan tema yang berkaitan pada penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Rosita dan Simanjuntak (2021) dalam menganalisis efektivitas program pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Sungai Sembilan Kota Dumai. Tujuan penelitian bertujuan untuk menilai efisiensi Program Pemberdayaan UMKM di Kecamatan Sungai Sembilan kota Dumai, serta untuk menguji dampak Program Pemberdayaan UMKM terhadap pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kota Dumai. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dengan lokasi penelitian UMKM di Kecamatan Sungai Sembilan Kota Dumai. Subyek penelitian diatas adalah Kepala Bidang Pemberdayaan Dinas Koperasi, UKM, dan Pemberdayaan Masyarakat Kota Dumai, Pendamping UMKM di Kecamatan Sungai Sembilan, dan pelaku usaha UMKM di Kecamatan Sungai Sembilan dengan membahas tentang Efektivitas Program UMKM. Menjadi lima indikator yang berbeda yaitu pemahaman program, tepat sasaran, tepat waktu, pencapaian tujuan, perubahan nyata bahwa pelaksanaan program UMKM telah dilaksanakan dengan baik, namun masih perlu adanya penyesuaian dan inovasi agar UMKM dapat semakin maju hasil bisnis mereka. Hambatan yang menjadi kendala dalam pelaksanaan program ini adalah sosialisasi yang perlu ditingkatkan.

Penelitian lainnya yaitu Saputra dan Mahendra (2023) melakukan penelitian Implementasi Program Sibakul Jogja dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM di Yogyakarta. Penelitian ini berfokus pada upaya pemerintah untuk menjamin kelangsungan hidup UMKM dan produknya menjangkau konsumen di tengah pandemi ini. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan omzet mereka, memungkinkan mereka untuk bertahan dan berkembang bahkan selama periode penurunan. Tantangan mendasar bagi UMKM di era pandemi ini adalah membangun kembali perekonomian yang lesu akibat banyaknya peraturan yang mengharuskan individu untuk tinggal di rumah untuk memerangi penyebaran Covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan pengumpulan data seperti dokumentasi, observasi, dan wawancara. Wawancara dilakukan kepada beberapa pelaku UMKM. Data dianalisis dengan menggunakan teknik penalaran induktif. Berdasarkan riset, Sibakul Jogja merupakan solusi yang sangat baik untuk memulihkan perekonomian bagi UMKM yang masih berusaha memulihkan pangsa pasarnya meski tidak mampu menghubungi konsumen atau melakukan transaksi tradisional. Namun, kurangnya kompetensi teknologi yang dimiliki sebagian pelaku UMKM menyebabkan mereka gagal memaksimalkan program yang ada. Oleh karena itu, Dinas Koperasi dan UMKM DIY terus memberikan berbagai pelatihan dan seminar untuk mengatasi permasalahan yang muncul.

Alchudhory dkk., (2024) meneliti terhadap peran pemerintah Yogyakarta dalam mengembangkan pelaku UMKM melalui Sibakul Jogja. Penelitian ini melihat peran pemerintah Yogyakarta dalam membantu transisi UMKM

pascapandemi, serta berbagai elemen yang berdampak pada kelangsungan hidup mereka. Alasan-alasan tersebut antara lain turunnya pendapatan UMKM dan bagaimana pemerintah dapat membantu meningkatkannya, terbatasnya sumber daya dan pilihan pembiayaan, inovasi perusahaan, serta dukungan masyarakat dan pemerintah. Studi ini menunjukkan, berdasarkan tinjauan literatur dan wawancara dengan para pelaku UMKM, bahwa dengan bantuan yang tepat, UMKM dapat mengatasi permasalahan pascapandemi dan berkembang secara berkelanjutan.

Bellinda Siregar dan Amanda Zuliestiana (2023) menganalisis efektivitas penerapan strategi *digital marketing* terhadap UMKM di Tasikmalaya pada masa PPKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak PPKM Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Tasikmalaya, serta teknik pemasaran digital dalam membantu UMKM bertahan dan mengembangkan usahanya selama penerapan PPKM pandemi *Covid-19* di Tasikmalaya. Fenomena dalam penelitian ini diselidiki dengan menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi, dan pengumpulan data sekunder. Narasumbernya adalah tujuh pelaku UMKM Kerajinan Rajapolah Tasikmalaya. Narasumber akan diwawancarai mengenai taktik perusahaan pemasaran digital dan pengaruh Covid-19. Pelaku usaha UMKM di Tasikmalaya khususnya sektor kerajinan Rajapolah dapat menerapkan rencana penjualan terlebih dahulu dengan menggunakan sistem *E-Commerce*.

Penelitian yang dilakukan oleh Qonita dan Atmojo (2024) berjudul “Pengembangan UMKM melalui Inovasi Sibakul di Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman untuk Mewujudkan *Smart Economy*”. Tujuan penelitian ini

untuk mengetahui bagaimana inovasi pengembangan *smart economy* yang diterapkan melalui Sibakul di Kabupaten Bantul dan Kabupaten Sleman, serta dampak inovasi pengembangan usaha terhadap UMKM berbasis *smart economy* di Kabupaten Bantul dan Sleman. Penelitian ini dibagi menjadi dua dimensi: inovasi pengembangan ekonomi cerdas dan inovasi pengembangan bisnis, yang masing-masing memiliki lima indikator: produktivitas, inovasi (digital), peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan peningkatan pendapatan. Berdasarkan indikator-indikator tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengembangan UMKM melalui Sibakul seimbang di Kabupaten Bantul dan Sleman, dan dampak dari inovasi pengembangan usaha UMKM berbasis ekonomi pintar adalah terciptanya perekonomian yang terstruktur, terintegrasi, dan mudah diakses. perkembangan yang sejalan dengan perkembangan saat ini. Hal ini dibundel dalam bentuk SiBakul yang merupakan salah satu bentuk digitalisasi modern guna mewujudkan *smart economy*.

Penelitian yang dilakukan oleh Naami dan Maemunah (2024) berjudul “Efektivitas Program Sibakul Jogja dalam Pemberdayaan Mitra UMKM di Yogyakarta” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa efektif Program Sibakul Jogja dalam memberdayakan mitra UMKM Yogyakarta. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan tujuan untuk dapat mengkarakterisasi apa yang terjadi berdasarkan kondisi pada saat penelitian dilakukan. Penelitian ini menggunakan teori efektivitas program model Cambell J.P, yang menguji penanda (1) keberhasilan program (2) pencapaian tujuan secara keseluruhan (3) keberhasilan target (4) kepuasan terhadap program (5)

tingkat input dan output. Peneliti mengumpulkan hasil penelitian ini dengan melakukan wawancara dan mendokumentasikan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program Sibakul Jogja dalam pemberdayaan mitra UMKM di Yogyakarta telah berjalan secara efektif. Efektivitas program ini dibuktikan dengan tercapainya seluruh parameter pengukuran pada setiap indikator, yang meliputi keberhasilan program, pencapaian tujuan secara menyeluruh, keberhasilan sasaran, kepuasan terhadap program, serta tingkat input dan output.

