



Buku Monograf ini membahas mengenai pembangunan dan implementasi sebuah aplikasi yang kami sebut dengan e-Kolab (Elektronik Konsinyasi, Waralaba, Jejaring Organisasi). Aplikasi yang berbasis website dan android ini merupakan sebuah platform baru yang dapat mendukung UKM untuk scale-up. Aplikasi ini merupakan sebuah ekosistem digital yang mempertemukan UKM dalam Pentahelix / Multi Stakeholder (Investor, Franchisor, Konsinyor, Supplier, Distributor, organisasi/lembaga lainnya, dengan UMKM). Dalam buku ini dibahas bagaimana pembangunan dan implementasi aplikasi e-Kolab yang dimanfaatkan oleh UKM binaan IWAPI (Ikatan Wanita wanita Pengusaha Indonesia) Bali. Buku Monograf ini terdiri atas lima bab, dengan bab pertama, pendahuluan yang membahas latar belakang, permasalahan dan tujuan serta metode pemecahan masalah, Bab Kedua membahas tentang tinjauan pustaka. Selain itu dalam bab tiga dibahas metode penelitian dan bab empat membahas tentang Implementasi E-Kolab bagi UMKM IWAPI. Sedangkan bab kelima membahas mengenai Aplikasi e-Kolab serta bab penutup yang berisi simpulan. Harapan penulis buku ini dapat digunakan sebagai pegangan bagi mahasiswa, dosen atau pihak lain yang berminat mempelajari tentang ekosistem digitalisasi bagi UMKM selain marketplace.

Pembangunan dan Implementasi Aplikasi E-Kolab (Elektronik, Konsinyasi, Waralaba, Jejaring, Organisasi)

Kembali
Monograf
Pembangunan dan
Implementasi Aplikasi E-Kolab
(Elektronik, Konsinyasi, Waralaba, Jejaring, Organisasi)

Dr. Farida, S.E. MM.
Dr. Febrianty, S.E., M.Si.
Dr. Sularso Budilaksana, M. Kom.
Dr. Ni Kadek Suryani, S.E. S.Kom., MM.
Dr. A.A.A. Ngr. Timi Rusmini Gorda, SH., MM., MH.



Pembangunan dan Implementasi Aplikasi e-KOlab (Elektronik Konsinyasi, Waralaba, Jejaring Organisasi)

- **Dr. Farida, S.E. MM. - Universitas Persada Indonesia**
- **Dr. Febrianty, S.E., M.Si. - Politeknik Palcomtech**
- **Dr. Sularso Budilaksono, M. Kom. - Universitas Persada Indonesia**
- **Dr. Ni Kadek Suryani, S.E. S.Kom., MM. - Institut Digital Bisnis Bali**
- **Dr. A.A.A. Ngr. Tini Rusmini Gorda, SH., MM., MH.,- Universitas Pendidikan Nasional Denpasar**

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Pembangunan dan Implementasi Aplikasi e-KOlab (Elektronik Konsinyasi, Waralaba, Jejaring Organisasi) (Studi pada UKM Scale Up Binaan Ikatan Wanita Pengusaha Provinsi Bali)

Palembang © 2021, Dr. Farida, S.E. MM. - Universitas Persada Indonesia
Dr. Febrianty, S.E., M.Si. - Politeknik Palcomtech
Dr. Sularso Budilaksono, M. Kom. - Universitas Persada Indonesia
Dr. Ni Kadek Suryani, S.E. S.Kom., MM. - Institut Digital Bisnis Bali
- Dr. A.A.A. Ngr. Tini Rusmini Gorda, SH., MM., MH.-
Universitas Pendidikan Nasional Denpasar

Editor : Dr. Febrianty, SE, M.Si

Perancang Sampul : Jenri Ambarita, M.Pd.K.
Layouter : Rizki Amalia

Diterbitkan oleh **Penerbit Intelligi**
CV. Interactive Literacy Digital

Perumahan griya Sejahtera Sukawintan Blok. M No. 10 Rt/Rw: 87/07
Kel. Sukajaya, Kec. Sukaramai, Kodya. Palembang - Sumsel
Telp : 081278354748
Surel : intelligicv@gmail.com
Web : <http://www.intelligi.org>

Referensi | Non Fiksi | R/D
IX + 101 hlm. ; 15,5 x 23 cm
No ISBN : 978-623-.....



Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, secara elektronik maupun mekanis termasuk fotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa izin tertulis dari penerbit. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

All right reserved

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillahirobbilalamin. Segala puji bagi Allah, yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Salam dan shalawat semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi besar Rasullullah Muhammad Saw., keluarganya, dan para sahabatnya. Tiada kekuatan selain atas izin Allah serta hanya atas Rahmat dan Ridlo Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, sehingga tim penulis dapat menyelesaikan Buku Monograf **“Pembangunan dan Implementasi Aplikasi e-KOlab (Elektronik Konsinyasi, Waralaba, Jejaring Organisasi) (Studi pada UKM Scale Up Binaan Ikatan Wanita Pengusaha Provinsi Bali) ”** ini. Adapun Kontrak Penelitian ini adalah Tahun Tunggal yang merupakan Penelitian Kajian Kebijakan Strategis Tahun Anggaran 2021 Antara Direktorat Sumber Daya Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Dengan Universitas Persada Indonesia Y.A.I Nomor: 335/E4.1/Ak.04.Pt/2021.

Buku Monograf ini terdiri atas lima bab, dengan bab pertama, pendahuluan yang membahas latar belakang, permasalahan dan tujuan serta metode pemecahan masalah. Bab Kedua membahas tentang tinjauan pustaka. Selain itu dalam bab tiga dibahas metode penelitian dan bab empat membahas tentang Implementasi E-Kolab bagi UMKM IWAPI. Sedangkan bab kelima membahas mengenai Aplikasi e-KOlab serta bab penutup yang berisi simpulan. Harapan penulis buku ini dapat digunakan sebagai pegangan bagi mahasiswa, dosen atau pihak lain yang berminat mempelajari tentang ekosistem digitalisasi bagi UMKM selain marketplace. Pendapat dan saran yang bersifat konstruktif dari pembaca, para ahli, dan teman sejawat sangat penulis harapkan. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi yang berminat.

Palembang, Oktober 2021

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Konsinyiasi.....	5
B. Waralaba.....	5
C. Konsep Jejaring Organisasi.....	8
D. State Of the Art.....	9
BAB III.....	11
METODE PENELITIAN.....	11
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	11
B. Teknik Pengumpulan Data.....	11
C. Metode Pengembangan Sistem.....	11
D. Subyek dan Obyek Penelitian.....	15
E. Metode Pengumpulan dan Analisis Data.....	15
F. Luaran dan Dampak.....	17
G. Jadwal.....	19
BAB IV.....	21
IMPLEMENTASI E-KOLAB BAGI UMKM IWAPI.....	21
A. Perkembangan UMKM se-Bali.....	21
B. Perkembangan UMKM Bali Di Era New Normal.....	24
C. Bisnis Kuliner dan Hiburan di Bali yang akan Melejit Setelah Pandemi.....	31
D. Profil dan Perkembangan UMKM Binaan IWAPI se-Bali.....	35
E. Pengukuran Manfaat Penerapan e-Kolab bagi UMKM Binaan IWAPI Bali.....	41
BAB V.....	71
APLIKASI E-KOLAB BERBASIS <i>WEBISTE</i> DAN ANDROID.....	71
A. Istilah-istilah yang digunakan dalam Aplikasi.....	71
B. Aplikasi E-Kolab Berbasis Website.....	72

C. Aplikasi e-KOlab Berbasis Android.....	87
BAB VI.....	99
PENUTUP.....	99
A. Kesimpulan Penelitian.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
GLOSARIUM.....	105
BIODATA SINGKAT PENULIS.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 : Peta Jalan (Road Map) Penelitian	10
Gambar III.1: Alur Pengembangan Sistem (Jacob, J., 2011).....	11
Gambar III.2 : Contoh User Story Card (Brooke,J., 2013)	12
Gambar III.3 : Tahapan Penelitian untuk Pembangunan Sistem E- Kolab berbasis Android.....	15
Gambar III.4 : Alur Analisis untuk Mengukur Kualitas Aplikasi Menggunakan Pengujian Usability.....	16
Gambar IV.1 : Contoh Produk UMKM Bali ((Setiawan, 2016)....	28
Gambar IV.2 : Toko Kampung Souvenir di Bali, Denpasar	30
Gambar IV.3 : Tempat Wisata Pantai di Bali.....	32
Gambar IV.4 : Grafik PIE untuk yang sudah punya nomor IUMK	36
Gambar IV.5 : Grafik PIE yang Menunjukkan Lama usaha UMKM	37
Gambar IV.6 : Grafik PIE yang Menunjukkan Lokasi Usaha UMKM	37
Gambar IV.7 : Grafik PIE yang Menunjukkan Bidang yang ditekuni pelaku UMKM.....	38
Gambar IV.8 : Grafik PIE untuk Menunjukkan yang pernah Ditawari Waralaba	39



Gambar IV.9 : Grafik PIE untuk Menunjukkan yang pernah ditawarkan oleh konsinyasi	39
Gambar IV.10 : Grafik PIE yang Menunjukkan Responden Konsinyasi Kerjasama UMKM.....	40
Gambar IV.11 : Grafik PIE yang Menunjukkan atas legalitas setiap pelaku UMKM.....	41
Gambar IV.12 : Penentuan Hasil Penelitian	46
Gambar IV.13 : Parameter Kusisioner UEQ.....	65
Gambar IV.14 : GRAFIK Kusisioner pada Responden Para Pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali terhadap penggunaa E-KOlabor.....	66
Gambar IV.15 : GRAFIK Kusisioner pada Responden Para Pihak IWAPI,Pewaralaba,Konsiyor, dan Calon Pihak Yang akan menawarkan kerjasama terhadap penggunaan E-Kolabor	68
Gambar IV.16 : Pihak – Pihak Yan Terhubung langsung dengan para pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali	69
Gambar IV.17 : Penggunaan Icon an Teks (Tooltips) pada Navigasi	70
Gambar IV.18 : Komunikasi Langsung yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM dengan Pihak Mitra	71
Gambar V.1 : Tampilan Awal pada Web E-KOlabor.....	75



Gambar V.2 : Tampilan Menu Login pada Web E-KOlab.....	76
Gambar V.3 : Tampilan Menu Register pada Web E-KOlab.....	76
Gambar V.4 : Tampilan Menu Register yang telah dibuka pada Web E-KOlab	77
Gambar V.5 : Tampilan Menu Produk yang telah di Input pada Web E-KOlab	78
Gambar V.6 : Tampilan Menu Logo Profile Akun pada Web E-KOlab	78
Gambar V.7 : Tampilan Menu untuk Mengedit Profile Akun pada Web E-KOlab	79
Gambar V.8 : Tampilan Menu jika telah selesai mengedit Akun Profile pada Web E-KOlab.....	79
Gambar V.9 : Tampilan Icon Refresh di Browser pada Web E-KOlab	80
Gambar V.10 : Tampilan Menu untuk Menambah Produk UMKM pada Web E-KOlab.....	80
Gambar V.11 : Tampilan Menu untuk Memasukkan data Barang pada Web E-KOlab.....	81
Gambar V.12 : Tampilan Menu Nama Pesain UMKM yang telah Mendaftar pada Web E-KOlab	82
Gambar V.13 : Tampilan Menu Beranda untuk semua Fasilitas UMKM pada Web E-KOlab	83



Gambar V.14 : Tampilan Menu UMKM Zobat Food pada Web E-Kolab	83
Gambar V.15 : Tampilan Menu untuk mengajukan Pemesanan Produk pada Zobat Food pada Web E-KOLab.....	84
Gambar V.16 : Tampilan Icon Profil Pewaralaba untuk mengajukan Pemesanan Produk pada Web E-KOLab.....	85
Gambar V.17 : Tampilan Menu untuk Mengajukan Tawaran suatu Waralaba pada Web E-KOLab.....	85
Gambar V.18 : Tampilan Menu dalam Mengajukan /Merespom Tawaran suatu Waralaba pada Web E-KOLab.....	86
Gambar V.19 : Tampilan Menu Login untuk Meproses Tawaran suatu Waralaba pada Web E-KOLab	87
Gambar V.20 : Tampilan Menu untuk Memproses Pengajuan Tawaran suatu Waralaba pada Web E-KOLab.....	88
Gambar V.21 : Tampilan Menu jika Status Pengajuan telah diterima pada Web E-KOLab.....	88
Gambar V.22 : Tampilan Menu utnuk Berkomunikasi Chat atas telah diterimanya Proses Pengajuan pada Web E-KOLab...	89
Gambar V.23 Tampilan Awal Icon Aplikasi E-KOLab	90
Gambar V.24 Tampilan Awal Aplikasi atau Beranda pada Aplikasi E-KOLab	91



Gambar V.25 Tampilan Menu Login Aplikasi E-KOlab.....	92
Gambar V.26 Tampilan Menu Register untuk Daftar Sebagai UMK/UMK Pada Aplikasi E-KOlab	93
Gambar V.27 Tampilan Menu jika kita Lupa Password Aplikasi E- Kolab.....	94
Gambar V.28 Tampilan Menu Beranda untuk semua Fasilitas UMKM Pada Aplikasi E-KOlab.....	95
Gambar V.29 Tampilan Menu UMK/UMK Yang Telah Mendaftar Pada Aplikasi E-Kolab.....	96
Gambar V.30 Tampilan Menu Profil UMK/UMK Pada Aplikasi E- Kolab.....	96
Gambar V.31 Tampilan Menu List Produk Pada Aplikasi E-KOlab	97
Gambar V.32 Tampilan Menu untuk Menambah Produk UMK/UMK Baru pada Aplikasi E-KOlab	98
Gambar V.34 Tampilan Menu untuk Mengganti Password Baru pada Aplikasi E-KOlab.....	99
Gambar V.35 Tampilan Menu Pencarian Produk Pada Aplikasi E- Kolab.....	100



DAFTAR TABEL

Tabel III.1 : Tabel untuk menentukan Pengukuran Jadwal....	22
Tabel IV.1 : Perkembangan Jumlah UMKM di Provinsi Bali pada Tahun 2015-2019 (Balitbang, 2021)	25
Tabel IV. 3 Daftar Pernyataan System usability Scale	43
Tabel IV.4 Skor Jawaban yang digunakan	44
Tabel IV.5 SUS Score,Grde, dan Adjective Rating	45
Tabel IV.6 Rekapitulasi Hasi dan Jawaban Responden UMKM Binan IWAPI Bali.....	46
Tabel IV.7 Tabel Rekapitulasi Hasil Perhitungan dengan Metode SUS.....	49
Tabel IV.8 Rekapitulasi Hasil dan Jawaban Responden Pengurus IWAPI Bali	53
Tabel IV. 9 Tabel Rekapitulasi Hasil Perhitungan dengan metode SUS.....	54
Tabel IV.10 Rekapitulasi Hasil dan Jawaban Responden Calon Pewaralaba.....	55
Tabel IV.11 Tabel Rekapitulasi Hasil Perhitungan dengan metode SUS.....	57
Tabel IV.12 Rekapitulasi Hasil dan Jawaban Responden Calon Konsinyor	60
Tabel IV.13 Tabel Rekapitulasi Hasil Perhitungan dengan metode SUS.....	61
Tabel IV.14 Rekapitulasi Hasil dan Jawaban Responden Calon yang akan menawarkan Kerjasama	62
Tabel IV.15 Tabel Rekapitulasi Hasil Perhitungan dengan metode SUS.....	63



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Covid-19 sebagai pandemi global berdampak signifikan terhadap semua aspek kehidupan masyarakat Bali, baik secara kesehatan, ekonomi, sosial maupun budaya. Program perlindungan sosial telah dilakukan untuk meringankan beban masyarakat yang rentan terdampak. Sementara program permodalan dan subsidi bunga diberikan untuk perlindungan usaha. Program-program tersebut untuk meningkatkan ketahanan ekonomi disaat pandemi, namun penting sekali diupayakan untuk pemulihan dan meningkatkan daya saing ekonomi pasca pandemi. Daya saing ekonomi perlu dikembangkan dengan meningkatkan potensi lokal Bali yang kaya akan seni dan budaya. Dukungan ekonomi kreatif yang menjunjung tinggi kearifan lokal dengan konsep **“Pang PadePayu”** atau dengan kata lain **bekerjasama dalam “win-win solution”** diharapkan mampu sebagai sinergi antara kelembagaan, pemodal, pelaku UKM, maupun pasar.

Dampak Covid-19 ini unik, banyak usaha yang tidak bertahan, namun banyak juga justru usaha yang mampu menangkap peluang usaha. Platform digital berskala besar yang beroperasi secara global di ekonomi lokal telah terbukti rentan terhadap guncangan dan menghadapi tantangan berat untuk bertahan hidup (Korsgaard, Hunt, Townsend, & Ingstrup, 2020). Struktur ekonomi dan sosial yang berbeda antara laki-laki dan perempuan, justru memungkinkan



perempuan dapat mengambil posisi model bisnis mana untuk dijalankan (Manolova, Brush, Edelman, & Elam, 2020) . Inovasi menjadi tuntutan utama untuk perusahaan mampu bertahan dan berkembang baik dengan dukungan teknologi yang cepat dan mudah, dan yang memperkuat modal sosial.

Peran wanita semakin meningkat baik sebagai ibu rumah tangga maupun sekaligus pelaku usaha sebagai tuntutan untuk membantu pemenuhan kebutuhan rumah tangga. Meskipun tidak dipungkiri bahwa stereotif gender masih melekat di masyarakat, dimana wanita dianggap sebagai pihak yang tidak suka akan resiko (Maxfield, Shapiro, Gupta, & Hass, 2010). Namun keyataannya, semakin banyak pengusaha wanita yang menunjukkan keberhasilan dalam usahanya. Jejaring yang luas antar pelaku UMKM untuk konsiyasi, waralaba maupun bentuk usaha lainnya penting untuk memperkuat pasar sekaligus akses permodalan dan kelembagaan. Tentunya, ditengah pandemi ini juga sangat terpuukl karena menurunnya omzet penjualan atau pendapatan.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah: 1). Untuk mempertemukan antara kelembagaan, pemodaln, pelaku UMKM dan pasar melalui digitalisasi atau aplikasi, 2). Untuk memetakan potensi dan kapasitas mayarakat desa wisata/adat melalui digitalisasi, 3). Pengembangan aplikasi yang mudah untuk mendorong UMKM Wanita Bali beroperasi dari lokal dengan kualitas global di tengah literasi penerapan digital.

Penelitian ini penting karena kiprah keterlibatan pengusaha wanita dalam kerja produksi akan mendorong kegiatan ekonomi rumah tangga, perubahan sosial dan mempertahankan kearifan lokal. Potensi pengusaha wanita



cukup besar dalam ekonomi dan pembangunan baik di pedesaan maupun perkotaan. Pengusaha wanita mencapai 60 persen dari total UMKM di Indonesia. Pergeseran peran wanita dari reproduksi menjadi bekerja produktif menghadapi banyak tantangan dan peluang yang bisa dioptimalkan oleh pengusaha wanita di sektor UMKM, khususnya akibat jangka panjang dari krisis COVID-19. Pergeseran interaksi melalui digitalisasi sebagai salah satu jawaban untuk memperkuat UKM di tengah COVID-19 dan mewujudkan “sharing economy” serta mendukung pencapaian sasaran RPJMN 2020-2024 untuk percepatan Transformasi Struktural Ekonomi dan Digital, yang tentu saja membutuhkan kolaborasi dari banyak pihak.

Mitra dalam penelitian ini adalah IWAPI Provinsi Bali yang membina UKM dan Koperasi. DPD IWAPI Bali membina ± 650 UKM dan ± 200 koperasi yang membutuhkan sebuah strategi untuk Scale Up dan dapat menjadi sebuah Model Business Contunity Plan (BCP) yang menggerakkan banyak elemen untuk berkolaborasi dan berkoopetisi bersama. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah terkait dengan

1. Aspek manajerial lemah karena para pelaku UKM binaan masih menjalankan usaha dengan metode lama saat Pandemi Covid-19 (lemah pada aspek manajerial)
2. Akses investasi atau permodalan masih lemah sehingga belum dapat melakukan pengembangan usaha dan mendapatkan investor (lemah pada aspek permodalan usaha)
3. Akses untuk membentuk jejaring kolaborasi yang saling menguntungkan dengan berbagai pihak dalam pengembangan usaha dan perluasan akses pasar.



4. Aspek Peningkatan kelembagaan untuk memperkuat strategi/pola pengembangan UKM yang berkelanjutan agar dapat melakukan “sharing economy” secara digital dalam melakukan usaha bisnisnya dengan tetap berpegang pada “PangPadePayu”

Spesifikasi khusus dari penelitian ini untuk mengembangkan aplikasi bagi pengusaha wanita UKM untuk berkolaborasi dan terpacu untuk berkoopetisi. Oleh karena itu, Tim peneliti memberikan solusi pada mitra dengan membangun dan mengimplementasikan e-KOlab (Elektronik Konsinyasi , Waralaba, dan Jejaring Organisasi) yang akan berbasis website dan android, yang dapat mendukung strategi untuk UKM Scale Up dan dapat menjadi sebuah Model Business Contunity Plan (BCP) yang menggerakkan banyak elemen untuk berkolaborasi dan berkoopetisi bersama.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsinyiasi

(Karyawati, 2009) menyatakan bahwa Pengamanat (consignor) menetapkan komisioner (consignee) sebagai pihak yang bertanggung jawab atas barang-barang yang diserahkan kepadanya sampai barang-barang ini terjual kepada pihak ketiga. Penjualan konsinyasi memiliki perbedaan dengan penjualan biasa. Pada penjualan biasa, umumnya hak milik dari barang telah berpindahtangan jika barang telah dikirim oleh penjual kepada pembeli, sedangkan pada penjualan konsinyasi hak milik barang tetap berada di tangan pengamanat. Hak milik baru berpindah tangan jika barang telah terjual oleh komisioner kepada pihak lainnya.

B. Waralaba

Pengoperasian bisnis Waralaba di Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. PP ini dinyatakan bahwa waralaba (Franchise) adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Pemberi waralaba (Franchisor) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Sedangkan Penerima Waralaba (Franchisee) adalah



orang perseorangan atau badan usaha yang diberi hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki Pemberi Waralaba.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sistem waralaba adalah sebuah perjanjian yang mengikat kedua belah pihak mengenai metode pendistribusian barang atau jasa kepada konsumen, dimana pewaralaba dalam jangka waktu dan wilayah tertentu yang telah disepakati memberikan lisensi kepada terwaralaba untuk melakukan usaha pendistribusian tersebut dengan nama identitas dan atribut pewaralaba. Usaha tersebut tentu saja harus dijalankan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) dan cara yang telah ditetapkan oleh pewaralaba. Selanjutnya ketentuan-ketentuan lain yang mendukung kepastian hukum mengenai pendudukan atas penerapan waralaba, yakni: Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba; Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba; Undang-Undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten; Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek; dan Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

Penelitian Febrianty dan Fatmariansi (2018), dimana Febrianty salah satu anggota pengusul mengenai sistem e-waralaba dapat memberikan solusi perluasan pasar bagi UKM dan peningkatan grade pelaku UKM menjadi lebih berkelas. Teknologi e-business yang mendukung Making Indonesia 4.0 yang akan dapat meningkatkan daya saing UKM Kelompok Industri Kreatif. E-Waralaba UKM Kreatif ini merupakan sistem yang dikhususkan untuk kelompok UKM, untuk



memperluas jaringan/jangkauan dalam pemasaran produk dan menciptakan akses investasi yang akan memperkuat permodalan UKM serta memunculkan pelaku-pelaku UKM Baru. Dengan demikian sistem ini dapat dikatakan dari, oleh, dan untuk UKM sehingga UKM dapat maju bersama. Hal ini dimaksudkan untuk dapat memacu UKM industri kreatif untuk dapat menjadi pewaralaba besar dan banyak bermunculan terwaralaba UKM lainnya yang diprakarsai oleh mitra. Disamping itu, e-Waralaba UKM Kreatif ini berfungsi juga sebagai e-commerce yang memudahkan calon konsumen dapat melihat langsung aneka produk kerajinan yang dihasilkan mitra dan sekaligus dapat melakukan transaksi pembelian bahkan pemesanan produk-produk yang diinginkan.

(Wibawanti, 2009) menyatakan bahwa waralaba atau franchise diyakini oleh sebagian pelaku bisnis sebagai bisnis yang akan terus-menerus memberikan peluang. Perkembangannya pun cukup pesat dari tahun ke tahun baik waralaba asing maupun lokal. Menurut data Internasional Franchise Association tahun 2015 ada sekitar 780 ribu waralaba di dunia dan berdampak terbukanya 8,9 juta lapangan kerja. Di Indonesia sendiri, bisnis waralaba tercatat memberikan kontribusi positif pada perekonomian nasional, menjaga perekonomian tetap berputar di tengah kelesuan ekonomi. Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan, Oke Nurwan, mengatakan "Di Indonesia tercatat ada 698 waralaba dengan jumlah gerai 24.400 yang terdiri dari 63% waralaba lokal serta 37% mancanegara. Dengan omzet mencapai Rp 172 triliun," tutur dia. Industri waralaba di Indonesia sendiri menurutnya masih akan terus berkembang seiring dengan giatnya inovasi yang



dilakukan para pelaku industri di sektor tersebut (Kemendag, 2016)

C. Konsep Jejaring Organisasi

Jejaring organisasi dapat terbentuk saat UKM memasuki ekosistem digital yang tentu saja mengkoneksikannya dengan berbagai pihak. Konektivitas yang terbentuk akan menyebabkan adanya “sharing economy” dan “koopetisi”. Secara umum, meningkatkan manfaat investasi TI/SI merupakan tantangan bagi UKM mengingat kemampuan teknis dan sumber daya manusia mereka yang terbatas (Ada, 2009). Akan tetapi hal tersebut dapat diatasi dengan penggunaan TI/SI secara bersama-sama atau terintegrasi. Hasilnya adalah terciptanya saluran pemasaran yang berkelanjutan, kenaikan pendapatan jangka pendek dan penjualan jangka panjang, Penurunan biaya advertising hingga 70%, reduksi dalam biaya pemasaran secara keseluruhan, terciptanya competitive advantage, kemudahan promosi lintas platform media sosial, peningkatan popularitas merek dan produk, pengenalan organisasi atau perusahaan ke masyarakat (Febrianty, Divianto, Hidayat, Fatmariansi, & Rohana, 2019).

Hal ini sejalan pula dengan yang dinyatakan dalam hasil penelitian (Febrianty, F. & Divianto, D., 2017) dengan temuan:

- Ada sebuah pengaruh signifikan dari Kelompok Aksi Wirausaha terhadap Kinerja UKM berbasis Ekonomi Kreatif,
- Ada pengaruh yang signifikan dari Entrepreneurial Action Group terhadap Internalisasi Berbasis Ekonomi Kreatif dari Peran Inovasi Quadruple Helix,
- Tidak ada pengaruh Internalisasi Peran Inovasi Quadruple Helix terhadap Ekonomi Kreatif-Kinerja UKM,
- Ada pengaruh yang signifikan dari Entrepreneurial Action Group dan

Internalisasi Peran Inovasi Quadruple Helix terhadap kinerja UKM Berbasis Ekonomi Kreatif. Begitu pula dengan penelitian (Hadiwijaya & Febrianty, 2018). Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut: 1). Absorptive Capacity dan Knowledge Sharing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UKM dengan pemiliknya wanita yang tergabung dalam Alisah Khadijah ICMI Palembang, 2). Variabel Absorptive Capacity memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap Kinerja kelompok UKM milik wanita yang tergabung dalam Alisah Khadijah ICMI Palembang dibandingkan dengan variabel Knowledge Sharing.

D. State Of the Art

Penelitian ini mempunyai novelty pada aspek pengembangan kapasitas dan kapabilitas agar UMKM naik ke level yang lebih tinggi. Kebanyakan penelitian UMKM pada umumnya adalah tentang marketplace dan belum ada penelitian yang berfokus pada peningkatan kemampuan UMKM agar dapat naik level melalui program konsinyasi, waralaba, dan jejaring organisasi. Dengan adanya penelitian ini maka diharapkan kebutuhan UMKM untuk dapat mengikuti jejak perusahaan agar dapat bekerja sama melalui konsinyasi, waralaba, dan jejaring organisasi melalui aplikasi e-KOlab.



Peta Jalan (Road Map) Penelitian

Tahun	ROADMAP TIM PENELITI PENGUSUL TAHUN 2016-2020				
	2016	2017	2018	2019	2020
					Strategi Digitalisasi berwujud dan yang lainnya untuk implementasi e-KRIB (akademik berwujud, e-mobilitas, platform jaringan)
				Integrated Business Strategy (IBS) Innovation Design for Cooperatives And Times South Sumatera Province Based On Industrial	PKM Pengabdian Masyarakat Untuk Dan Peningkatan Kualitas Produk Kerajinan Tradisional Perikanan Perairan Tawar Berkelanjutan
				Keterampilan Humanis Kunci Untuk Sukses dengan Tercapai Wajarnya	Perbaikan Manajemen Usaha Dan Peningkatan Daya Saing Keluaran UKM Daerah Tingkat Atas (RTA) Pengaruh Kain Tenun Tawang Dan Semping Khas Peningkat Kualitas Masyarakat Era New Normal
			*SOLIKM SEBAGAI SARANA MENEMBAHKAN USAHA WARALABA TERBUKA GROUP UKM	Perencanaan Perencanaan, Kerangka dan UKM di Provinsi Sumatera Selatan melalui Pengembangan "Integrated Business Strategy (Startupplate Anap)"	Pengembangan e-scholar pada Sekolah Tinggi LPKA Kedu 1 Palembang dan dalam Menumbuhkan Keunggulan Kompetitif Anak Didik sebagai Model Masa Depan
			The Influence of Absentee Capacity And Knowledge Sharing on Women-Owned SMEs	Developing e-bus's enterprise resource planning (ERP) in macro, email and medium enterprises (MSMEs)	Impact of Digital Marketing on the Growth of E-service Sales
			PKM Program Keagungan Hiliris Berbasis Fellowshipship Bagi Anak Didik LPKA Kedu Peningkat Persepsi Kemajuan Sains Dan Teknologi Perubahan Hiliris Mandiri	The Integrated Business Strategy (IBS) Model Based on the Provincial Government as a Future Model Approach on the Competitiveness of SMEs and Cooperatives	PERSPECTIVE ON THE ROLE OF FUNDABLES COLLABORATION TOWARDS THE DEVELOPMENT OF ENTERO INNOVATION IN HIGHER EDUCATION
		THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL ACTION GROUP ON THE SMES PERFORMANCE THROUGH INTERNALIZATION OF QUADRUPLE HELIX INNOVATION ROLE	PERSPECTIVE OF BUSINESS OWNERS ON STRATEGIC EXECUTION, TECHNOLOGICAL TRANSFORMATION, COMPETITIVENESS POTENTIAL AND SERVICE LEVELS ON THE IMPLEMENTATION OF STRATEGIC IT ALIGNMENT	The penetration on technology acceptance to the behavior on the use of social media for marketing and its implications on the turnover of creative industry MSMEs in villages	Project Supply Chain Management in Product Development: Study of Literature and its Development
		Program Praktek Manajemen Sumber Daya Manusia dan Inovasi organisasi pada hotel	Program Human Resources Management Praktek melalui Asesmen keprofesional dan keprofesionalisme pada UKM di Bali	PKM Perbaikan Manajemen Usaha dan Sertifikasi Produk Bumbu Baku Paksi Seres Praktis Baku Baku di Kabupaten Burehan	Implementasi e-Scholarship Kinerja Layanan Pada LPKA Kedu 1 Palembang
	Kelempaan Estetika Untuk Peningkatan Sifat marketing People Business' Candi to Modern Entrepreneurs in Indonesia	Program Keahlian IPR melalui pembelajaran berbasis media digital penerbitan buku sebagai penunjang pada BPR di provinsi Bali	The Efficacy of Formal Identification in Indonesia Using Data Envelopment Analysis	PKM Entrepreneur Berbasis Baku Baku Baku Baku Untuk Anak Didik LPKA Kedu 1 Palembang	The Impact of Village Fund Program on Improving well-being
	Sistem Pendukung Pengambilan Keputusan Fasilitas Program Tanggapan Program Studi Teknik Informatika di Program Studi Manajemen Sistem SMA SMK/MA dengan Metode AHP dan PROMETHEE	MINAT PELAKU UKM ATAS PELIBAN SINTAK PENERAPAN STRATEGI KOOPERASI Suka Kawan UKM di Kota Palembang	Efektifitas Peningkatan Program learning berbasis media digital di pasar tradisional di Sumatera	Peningkatan Usaha Kecil Melalui Pengembangan Ekstensi Keterampilan Mandiri Sebagai Jalan Untuk MUDA Desa	
Luaran	Publikasi internasional Publikasi Nasional Seminar Model/prototipe Web/Aplikasi dll	Publikasi internasional Publikasi Nasional Seminar Model/Disertasi dll	Publikasi internasional Publikasi Nasional Seminar Model/Disertasi dll Model	Publikasi internasional/bertingkat Publikasi Nasional Paper Jurnal sandehana Web Buku Monografi Buku referensi web/aplikasi/digital marketing Model/Disertasi	Model Kebijakan Strategis terkait Model BCP Publikasi internasional Seminar/ internasional web/aplikasi dll

Gambar II.1 Peta Jalan (Road Map) Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

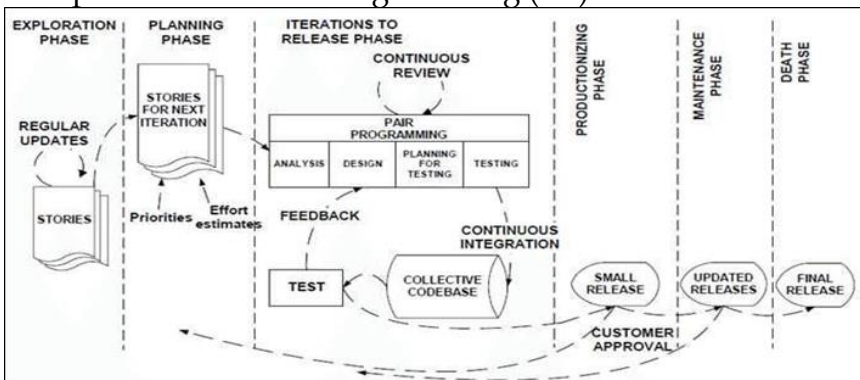
Tempat penelitian adalah di IWAPI Provinsi Bali. Waktu penelitian selama 3 bulan yakni: Juni –Agustus 2021.

B. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah observasi dan pengisian angket/kuesioner. Instrumen berupa angket digunakan untuk menganalisis kebutuhan mitra yakni UKM di bawah binaan IWAPI Provinsi Bali dan jejaring organisasi terkait lainnya. Setelah pelaksanaan diseminasi, mitra diminta mengisi instrumen penilaian implementasi e-Kolab melalui pengujian usability.

C. Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem mengadopsi siklus hidup dalam Extreme Programming (XP):



Gambar III.1 Alur Pengembangan Sistem (Jacob, J., 2011)

Keseluruhan tahapan penelitian yang akan dilakukan merupakan modifikasi dari tahapan XP (Keina, 2021) antara lain:

1. Exploration phase

Dilakukan FGD dan deep interview dengan pihak mitra untuk menganalisa kebutuhan mitra secara keseluruhan dalam rangka memperoleh informasi mengenai spesifikasi sistem yang digambarkan menggunakan diagram use case. Dari analisa kebutuhan tersebut dibuat user story card yang mendeskripsikan seluruh feature yang dimiliki sistem. Setiap user story card berisi nama feature, nama pelaku (yang dapat mengakses feature), acceptance criteria.

STORY CARD			
IIO: 16	Project Name	E-Commerce	Estimation: 4 Hours
Story Name: User Registration		Date: 16/08/2007 1:30 PM	
STORY: User needs to register with unique username and password before purchasing anything from the online store		Acceptance Test: <ol style="list-style-type: none"> 1. User Id must be unique 2. Try to register with duplicate user id and Password 3. Try to register user name only 4. Try to register with password only 5. Forget Password Link 	
Note: User Can View or Visit store as a Visitor but needs to register before purchasing anything		Risk: Low	
Points to be Consider: There isn't any non-functional requirement at this stage			

Gambar III.2 Contoh User Story Card (Brooke,J., 2013)

Dilakukan juga eksplorasi kemungkinan arsitektur sistem dengan membangun prototype awal sistem.



2. Planning phase

Sebagai perencanaan awal, tim pengusul menentukan spesifikasi yang harus dipenuhi, yakni : menu produk, menu UKM, menu investor, menu waralaba, menu negosiasi, menu konsinyiasi, menu konsultasi, menu market, dan menu lainnya (selama Juni - Juli 2021).

Tim pengusul bersama mitra akan menentukan prioiritas mengenai feature mana yang akan dikerjakan terlebih dahulu dengan menandai user story card yang telah dibuat pada tahapan sebelumnya serta menambahkan estimasi waktu pengerjaannya. Dilakukan juga perencanaan lama tahapan berikutnya (iterations to release phase) akan berjalan.

3. Iteration to release phase

Dilakukan pembuatan sistem berdasarkan prioritas yang telah dilakukan. Secara garis besar, tahapan ini akan dilakukan sebanyak dua kali dengan rata-rata lama waktu setiap iterasi adalah 1 - 2 minggu. Setiap akhir tahapan iterasi, akan dilakukan pengujian secara fungsional bersama dengan mitra pada subsistem yang telah diimplementasikan dan diunggah di Internet. Jika seluruh fungsional sistem telah bekerja dengan baik, akan dilakukan sharing pengetahuan dalam pemakaian sistem menggunakan konsep Training of Trainer (ToT) kepada Bidang pembinaan UKM dan Kerjasama di Organisasi IWAPI Provinsi Bali yang terkait sekaligus menggali kesesuaian serta kekurangan sistem yang akan dijadikan umpan balik dalam pembuatan sistem diiterasi berikutnya.

4. Productionizing phase

Dilakukan pemberian (pelepasan) produk kepada mitra. Tahapan ini akan dilakukan pada tahun terakhir penelitian dengan menambahkan teknik pengujian:

5. Pengujian User interface (UI)

UI e-KOlab diuji usability-nya menggunakan metode System Usability Scale (SUS) yang dikembangkan (<https://www.usability.gov/how-to-andtools/methods/system-usability-scale.html>).

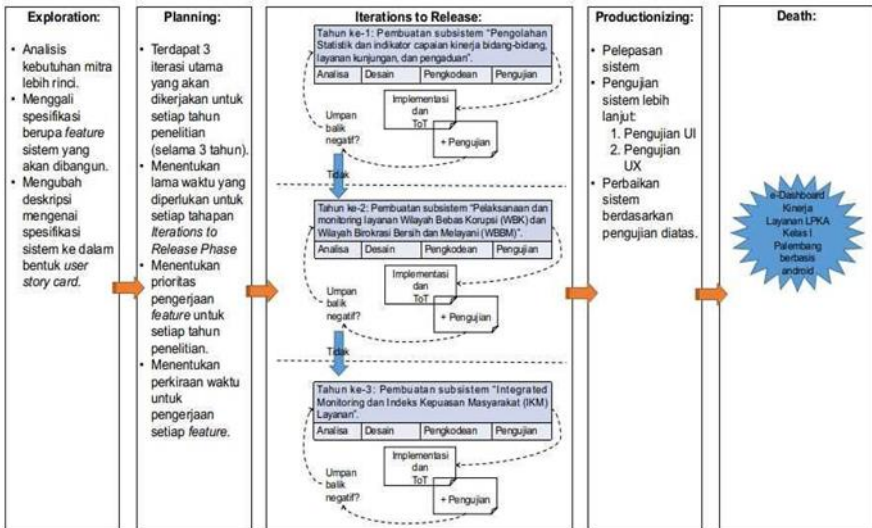
6. Pengujian User Experience (UX)

Pengalaman pengguna terhadap penggunaan sistem diuji menggunakan metode UX dengan aspek: daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi dan kebaruan. Responden masing-masing pengujian UI dan UX: UKM binaan IWAPI Provinsi Bali dengan jumlah responden masing-masing sebanyak 200 orang dan organisasi terkait sebanyak 50. Dalam tahapan ini juga dilakukan tahap maintenance dan penentuan akan adanya iterasi berikutnya berdasarkan dari hasil pengujian diatas.

7. Death Phase

Tahapan ini merupakan tahapan dimana tidak ada lagi user story yang akan dikerjakan. Dalam artian, sistem yang dibangun telah memenuhi kebutuhan mitra dan aspek lainnya baik dalam segi kinerja maupun keandalan. Tahapan seluruh langkah dalam penelitian untuk pembangunan sistem e-KOlab berbasis android:





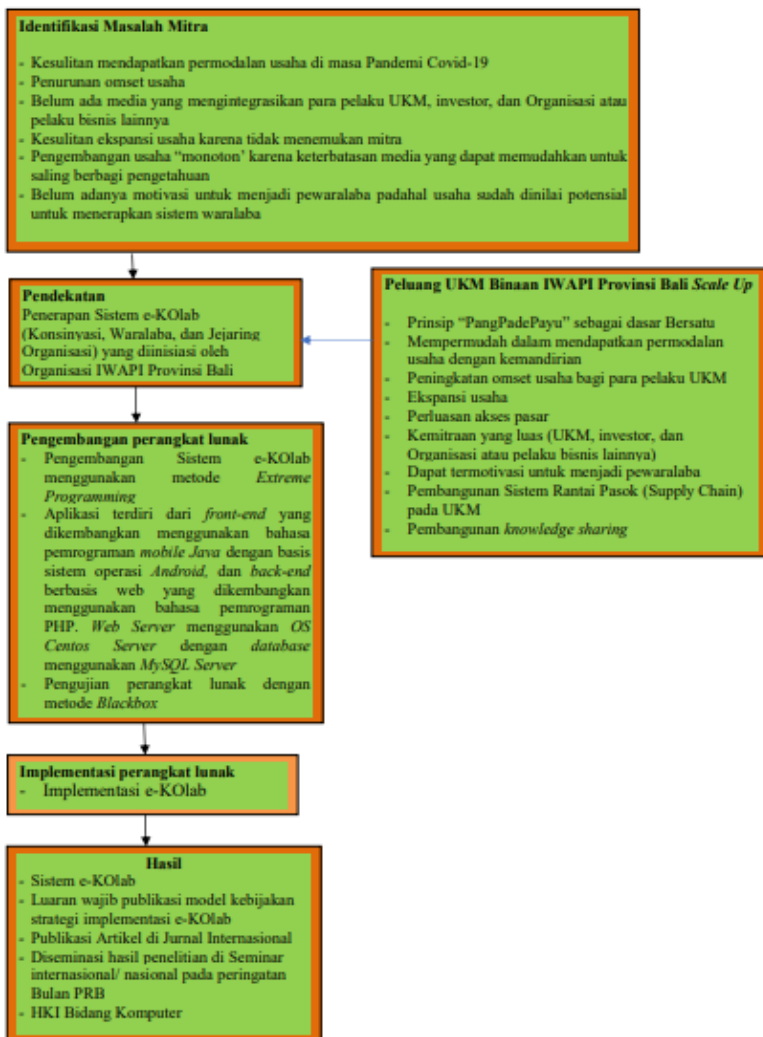
Gambar III.3 Tahapan Penelitian untuk Pembangunan sistem E-KOLab berbasis Android

D. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini: UKM binaan IWAPI Provinsi Bali dengan jumlah responden masing-masing sebanyak 200 orang dan organisasi sebanyak 50 dengan obyek penelitiannya berupa sistem e-KOLab berbasis android.

E. Metode Pengumpulan dan Analisis Data

Metode pengumpulan dan analisis data dengan tujuan mengukur berkualitas baik/tidaknya aplikasi dengan menggunakan pengujian usability.



Gambar III.4 Alur Analisis Untuk Mengukur Kualitas Aplikasi menggunakan Pengujian Usability

F. Luaran dan Dampak

Luaran

1. Tersedianya aplikasi e-KOlab (Elektronik Konsinyasi , Waralaba, dan Jejaring Organisasi).
2. Model pemetaan UMKM berbasis kearifan lokal di Propinsi Bali yang telah menggunakan sistem konsinyasi, waralaba dan jejaring organisasi. Produk hasil penelitian disajikan dalam bentuk sistem informasi geografis pemetaan UMKM di bawah naungan IWAPI berbasis kearifan lokal yang siap untuk memasuki peringkat ke elektronik konsinyasi, waralaba dan jejaring organisasi.
3. Luaran wajib Diseminasi Hasil dalam seminar internasional pada saat peringatan Bulan PRB.
4. Luaran penelitian yang lain adalah rekomendasi model kebijakan strategi untuk mendukung Policy Brief atas konsep dan implementasi e-KOlab yang sudah dihasilkan.

Dampak Penelitian

1. Untuk Pemerintah, kolaborasi berbasis elektronik yang mempertemukan banyak pihak ke dalam ekosistem digital dan model BCP yang dihasilkan dari bentuk kolaborasi ini dapat menjadi bahan Policy Brief bagi pemerintah Provinsi Bali khususnya dalam pengembangan UKM Scale Up.
2. Untuk Masyarakat, diharapkan dapat menjadi media konektivitas bagi banyak pihak untuk berkontribusi dan berpartisipasi dalam meningkatkan “sharing economy” dan “Sustainable digital transformation”.
3. Bagi IWAPI, diharapkan aplikasi e-KOlab dan Model yang dihasilkan dapat menjadi solusi dalam mewujudkan

kemandirian UKM binaan dan keluasan jaringan yang terbentuk dengan adanya aplikasi e-KOlab sehingga mendukung UKM binaan khususnya untuk masuk zona Scale Up dan mengembangkan sistem kolaborasi dalam bentuk konsinyasi, waralaba, dan jejaring organisasi dengan mengakar pada kearifan lokal “PangPadePayu”.

4. Untuk Akademisi sebagai sumbangan pemikiran dalam pengembangan dan pengelolaan UMKM dengan pendekatan sistem konsinyasi, waralaba, dan jejaring organisasi berbasis elektronik.
5. Bagi Peneliti, penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan tim pengusul dan dalam rangka untuk membentuk pengukuran impact economy dan sosial atas kolaborasi yang terbentuk dalam ekosistem digitalisasi.
6. Bagi Peneliti lainnya, adalah sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian lanjutan dalam menganalisis Model Business Contunity Plan (BCP) yang mengakomodasi sistem konsinyasi, waralaba, dan jejaring organisasi berbasis elektronik.

G. Jadwal

Tabel III.1 Tabel untuk menentukan Pengukuran Jadwal

No	Nama Kegiatan	Minggu											
		Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	FGD Analisis kebutuhan dan Perencanaan Sistem e-KOlab	■	■										
2	Perancangan sistem		■										
3	Pembuatan prototipe sistem		■										
4	Pembangunan e-KOlab		■	■	■	■	■						
5	Simulasi Sistem						■						
6	Sosialisasi dan Implementasi e-KOlab ke Pelaku UKM Binaan IWAPI Provinsi Bali							■	■				
7	TOT bagi admin Sistem							■	■				
8	Pengukuran Dampak dan pengolahan data hasil pengukuran								■	■			
9	Pemenuhan Luaran Wajib dan Tambahan								■	■	■		

	Penelitian												
10	Monitoring dan Evaluasi												
11	Pelaporan Akhir												



BAB IV

IMPLEMENTASI E-KOLAB BAGI UMKM IWAPI

A. Perkembangan UMKM se-Bali

Provinsi Bali adalah salah satu Provinsi dari 33 Provinsi yang memiliki potensi dalam menyumbang pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Provinsi Bali memiliki peran penting dalam menumbuhkan pariwisata dan usaha-usaha kecil seperti Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) di Provinsi Bali.

Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 memberikan definisi terkait (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI, 2021) Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) disebutkan :

- Pengertian UMKM untuk Usaha Mikro adalah Peluang Usaha Produktif milik orang perorangan atau badan Usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undangundang ini.
- Usaha Kecil adalah Peluang Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini
- Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan Usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau

hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Untuk kriteria permodalan diperjelas kembali katagori yang termasuk usaha UMKM menurut UU No 20 Tahun 2008 adalah sebagai berikut :

- Peluang Usaha Mikro memiliki aset maksimal Rp 50 juta dan omsetnya maksimal Rp 300 juta/tahun.
- Peluang Usaha Kecil memiliki aset >Rp 50 juta-Rp 500 juta dengan omset >Rp 300 juta-Rp 2,5 miliar/tahun.
- Peluang Usaha Menengah memiliki aset > Rp 500 juta-Rp 10 miliar dengan omset >Rp 2,5 miliar -Rp 50 miliar/tahun

Berdasarkan kriteria tersebut, katagori Pengusaha UMKM di Bali dipandang cukup tinggi yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Provinsi Bali yang sangat besar, dan sebagai salah satu sektor unggulan. UMKM mampu menyerap jumlah tenaga kerja cukup besar dan mempertahankan perekonomian masyarakat khususnya di masa pandemic.

Namun demikian tidak dipungkiri terjadi penurunan jumlah UMKM di Bali akibat masa pandemic yang belum berakhir, dari data Badan Penelitian, Pengembangan dan Inovasi Daerah Bali jumlah UMKM di Bali pada 2019 adalah sebesar 327.325 dan terjadi penurunan di tahun 2021 sejumlah 123.258 . Melihat keadaan ini, diperlukan segera campur tangan seluruh stakeholder dan pemerintah dalam meningkatkan kembali semangat para UMKM Bali untuk tetap bisa survive dimasa krisis panjang ini.

(IWAPI, 2021) IWAPI sebagai wadah atau organisasi yang menaungi UMKM di Indonesia dalam hal ini memiliki peran penting dalam membantu mensukseskan program pemerintah guna peningkatan ekonomi rakyat. Dari mayoritas anggota IWAPI, sejumlah 30.000 adalah pengusaha kecil - menengah yang bergerak dalam bidang usaha kreatif merupakan tonggak para pengusaha

Indonesia dalam mengokohkan basis usaha kecil-menengah dengan fokus kepada kinerja terkait peningkatan SDM melalui pendampingan Perluasan Jaringan Pemasaran .

(I Nengah Suardhika dan Ni Kadek Suryani, 2016) Peran lain IWAPI yang sangat diharapkan adalah adanya pendekatan kepada Pemerintah dalam pengambilan keputusan atau kebijakan strategis guna membantu UMKM keluar dari himpitan permasalahan. Hingga saat ini UMKM masih banyak menghadapi permasalahan seperti rendahnya produktifitas, keterbatasan akses kepada sumber daya produktif seperti modal, teknologi, informasi dan pasar, kualitas sumber daya manusia yang rendah serta iklim usaha yang belum menunjang secara optimal. Ditambah lagi, situasi pandemi yang menyulitkan berkembang mereka lebih optimal. Sehingga disini diperlukan peran negara untuk mewujudkannya diantaranya adalah menjawab permasalahan mengenai bagaimana kebijakan perizinan, pendampingan, pengembangan UMKM, kendala serta solusinya sebagai upaya mewujudkan dan memantapkan peran UMKM agar lebih berdaya saing dan meningkatkan kesejahteraan pelakunya .

(Gregorius Tahu, 2019) Indikator lain yang perlu menjadi perhatian pemangku kepentingan diantaranya meningkatkan peluang usaha produk UMKM dengan kemitraan rantai pasok, pemberian insentif dan kemudahan agar terbentuk sinergi antar usaha menengah dan besar dengan usaha mikro dan kecil, kemudahan dalam mengakses kredit pembiayaan usaha, kemudahan proses perijinan dan proses pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual, mempermudah proses impor bahan baku dan bahan penolong industri sekaligus memberikan fasilitas ekspor bagi UMKM. Tentunya yang paling utama adalah dalam mendukung pemberdayaan, pengembangan dan pemasaran produk UMK seperti memberikan produk UMKM berkesempatan lebih besar untuk dipasarkan di tempat umum seperti di rest area jalan tol dan infrastruktur publik lainnya seperti terminal, bandara, pelabuhan dan stasiun kereta api dan tempat publik lainnya. Seluruh faktor-

faktor tersebut akan dapat dicapai dikala integritas proses oleh pemerintah melalui Dinas terkait dapat difasilitasi oleh IWAPI sebagai institusi formal menaungi para UMKM itu sendiri.

B. Perkembangan UMKM Bali Di Era New Normal

Banyaknya pelaku Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Denpasar merupakan asset tersendiri yang akan memperkuat pondasi perekonomian daerah, initynya dapat menjadi sumber pendapatan bagi pemerintah daerah, selain itu peran serta UMKM dapat mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan, dan peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.

UMKM perlu disediakannya sarana untuk mengembangkan diri melalui berbagai macam fasilitasi di berbagai sektor yang sudah barang tentu. Sejalan dengan nilai masukan diatas, maka pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah, perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan kesenambungan melauai pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi usaha kecil dan menengah.

Pemberdayaan ekonomi kerakyatan adalah untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat serta memperluas lapangan pekerja, perlu meningkatkan dan memantapkan kemampuan UKM agar menjadi UKM yang sehat, tangguh dan mandiri. Pembangunan ekonomi masyarakat merupakan skala prioritas untuk menyadari pentingnya pemberdayaan UKM.

Dengan adanya sinkronisasi antara kebijakan pemerintah disatu pihak dengan implementasi kebijakan yang mendorong serta mengarahkan peran serta masyarakat dalam pemberdayaan UKM

untuk meningkatkan kinerja dan kompetensi dan usahanya. (Dinas Koperasi Denpasar, 2021).

Tabel IV.1 Perkembangan Jumlah UMKM Di Provinsi Bali pada Tahun 2015-2019 (BALITBANG, 2021)

No	Kabupaten/Kota	Tahun				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	<u>Jembrana</u>	20.512	10.071	10.525	27.654	24.346
2	<u>Tabanan</u>	20.032	38.690	38.980	41.459	42.744
3	<u>Badung</u>	26.863	26.863	17.754	19.688	19.261
4	<u>Gianyar</u>	91.511	91.511	91.511	75.412	75.482
5	<u>Klungkung</u>	9.712	9.712	9.712	11.761	14.584
6	<u>Buleleng</u>	11.196	11.196	31.563	34.552	34.374
7	<u>Bangli</u>	35.263	42.924	43.948	44.068	44.068
8	<u>Karangasem</u>	38.954	28.989	38.954	39.551	40.468
		11.515	30.694	30.840	31.826	32.026
	Bali	265.558	290.650	313.787	325.971	327.353

Denpasar

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Bali (2020)

Di akhir tahun 2019, masyarakat dunia dikejutkan dengan adanya Coronavirus disease 2019 (Covid 19). Covid 19 telah menjadi masalah dunia internasional termasuk di Indonesia. Sampai dengan tanggal 30 Mei 2020, pasien terinfeksi Covid 19 di seluruh negara mencapai 6 juta lebih dengan angka kematian per 1 juta penduduk sebesar 47 orang (Wordometer, 2020). Tabel 1.2 menyajikan data pasien terinfeksi Covid 9 terbesar di dunia dan Indonesia. Apabila dilihat berdasarkan data tersebut, Indonesia menempati posisi ke-32 dunia untuk total kasus pasien terinfeksi Covid 19.

Pandemi Covid 19 memberikan implikasi ekonomi, sosial, dan politik hampir di seluruh negara, termasuk di Indonesia (Pakpahan, 2020). The World Trade Organisation (WTO) memperkirakan bahwa volume perdagangan dunia secara global akan menurun sekitar 32%



pada tahun 2020 (Islam, 2020). Pembatasan aktivitas masyarakat sebagai upaya penanganan pandemi Covid 19 telah menimbulkan kerugian ekonomi yang signifikan secara nasional (Hadiwardoyo, 2020). Sektor yang terkena dampak selama pandemi Covid 19 adalah transportasi, pariwisata, perdagangan, kesehatan dan sektor rumah tangga (Susilawati et al., 2020). Sedangkan menurut OECD (2020) dan Febrantara (2020) sektor usaha yang mendapatkan dampak signifikan adalah pariwisata dan transportasi.

Dampak ekonomi akibat pandemi Covid 19 juga dirasakan sektor UMKM. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi diketahui bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku UMKM terdampak pandemi Covid 19. Kebanyakan koperasi yang terkena dampak Covid 19 bergerak pada bidang kebutuhan sehari-hari, sedangkan sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman. Kementerian Koperasi dan UMKM juga mengatakan bahwa koperasi yang bergerak pada bidang jasa dan produksi juga paling terdampak pada pandemi Covid 19. Para pengelola koperasi merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal, dan terhambatnya distribusi. Sementara itu sektor UMKM yang juga merasakan dampak selama pandemi Covid 19 adalah industri kreatif dan pertanian.

Provinsi Bali sebagai daerah pariwisata juga merasakan dampak adanya pandemi Covid 19. Bulan Juni 2020, kedatangan wisatawan mancanegara (wisman) ke Bali hanya 32 kunjungan. Jumlah tersebut turun sedalam -11,11 persen dibandingkan dengan bulan Mei 2020 (m-to-m) yang sebanyak 36 kunjungan. Bila dibandingkan dengan bulan Juni 2019 (y-on-y) yang jumlah wisman mencapai 549.516 kunjungan, maka jumlah wisman pada Juni 2020 tercatat turun sedalam -99,99 persen.

Pandemi Covid 19 juga berdampak pada kondisi kemiskinan di Provinsi Bali. Jumlah penduduk miskin pada Maret 2020 bertambah sekitar 8,3 ribu orang dari September 2019. Jumlah penduduk miskin pada Maret 2020 sekitar 165,19 ribu orang, sedangkan pada bulan September 2019 berjumlah sekitar 156,91 ribu orang. Secara



persentase, penduduk miskin di Bali pada Maret 2020 tercatat sebesar 3,78 persen. Hal tersebut menunjukkan adanya peningkatan 0,17 persen jika dibandingkan dengan kondisi September 2019 (3,61 persen).

Secara umum, perekonomian Bali merasakan dampak adanya pandemi Covid 19. Hal ini tercermin dari angka pertumbuhan ekonomi yang negatif. Ekonomi Bali pada triwulan II-2020 tercatat tumbuh negatif (menyusut atau berkontraksi) -7,22 persen, jika dibandingkan capaian triwulan I-2020 (q-to-q). Sedangkan jika dibandingkan dengan capaian triwulan yang sama tahun sebelumnya (y-on-y), ekonomi Bali triwulan II-2020 mencatatkan angka pertumbuhan negatif yang lebih dalam, yaitu sebesar -10,98 persen. Jika diakumulasikan dengan pertumbuhan triwulan I, maka selama semester I-2020, ekonomi Bali tercatat tumbuh negatif (menyusut atau berkontraksi) -6,13 persen (c-to-c).

Sektor UMKM di Kabupaten Buleleng dalam menopang perekonomian masyarakat Buleleng berkembang dengan baik. Perkembangannya dapat dilihat dari meningkatnya jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Buleleng. Tahun 2019 Buleleng memiliki UMKM sebanyak 34.374 unit. Jumlah ini sangat besar sehingga kontribusi UMKM terhadap perekonomian Buleleng sangat dirasakan terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja. Namun sejalan dengan adanya pandemi Covid 19 ini, UMKM menghadapi kendala dalam perkembangannya, diantaranya penurunan angka penjualan, kesulitan bahan baku, penurunan produksi, permodalan, terhambatnya distribusi, dan yang paling parah adalah PHK buruh. Untuk mengatasi hal tersebut dipandang perlu untuk menganalisa lebih mendalam permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Sehingga nantinya dapat diambil upaya dan atau kebijakan yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut. Harapannya UMKM tetap bisa eksis dalam menopang perekonomian Kabupaten Buleleng.

Dari sekitar 265 ribu lebih UMKM yang ada di Bali, tiga jenis usaha itu yang mendominasi. Kerajinan souvenir, aneka jenis makanan khas Bali, dan busana seperti kain endek, batik, hingga bahan kain kebaya.



Gambar IV.1 Contoh Produk UMKM di Bali (Setiawan, 2016)

(Rasti R, 2020) Pandemi Covid-19 sangat merugikan banyak sektor khususnya pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Oleh sebab itu, para pelaku UMKM harus memiliki berbagai cara untuk bisa bertahan. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan memanfaatkan platform digital. Apalagi pandemi membuat banyak masyarakat yang memenuhi kebutuhannya dengan cara berbelanja secara online.

Hal tersebut dilakukan oleh Joko Purnomo, salah satu pelaku UMKM asal Bali yang menjual pernak-pernik melalui usahanya Kampung Souvenir. Ia mengakui usaha yang telah dijalaninya selama 11 tahun ini sangat terpuak akibat dari mewabahnya pandemi Covid-19.

Apalagi semenjak diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh pemerintah di daerahnya, membuatnya harus

mempercepat penutupan toko offline atau bahkan menutupnya karena tidak ada pelanggan yang datang.

“Normalnya itu buka dari pukul 08.00 WIB sampai pukul 23.00 WIB, tapi semenjak ada PSBB toko menjadi sepi, bahkan tidak ada pengunjung. Jadi saat ini pun toko dibuka mulai dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB,” jelasnya.

Joko juga mengatakan akibat dari sepi-punya pengunjung membuat omzet yang ia dapatkan mau tak mau harus ikut terimbas. Ia menyebut untuk omzetnya saat ini menurun sebesar 80 persen. Bahkan yang biasanya mendekati bulan Ramadhan penjualannya naik, kini selama ada pandemi justru sebaliknya.

“Biasanya banyak yang membeli oleh-oleh untuk mereka mudik, tapi karena ada larangan mudik pembeli pun benar-benar sepi,” tambah Joko. Akhirnya, Joko bersama dengan timnya mencoba untuk berinovasi dengan memanfaatkan digitalisasi. Mereka pun sepakat untuk bergabung di salah satu platform e-commerce untuk melakukan penjualan.

Selama bergabung dan berjualan di platform tersebut, penjualannya mulai merangkak naik. Apalagi semenjak barang yang dia jual dirubah, membuat banyak pembeli yang tertarik untuk membeli. “Bersama dengan tim di marketplace tersebut, saya diberitahukan untuk mengubah fokus usaha saya dan menyesuaikan kebutuhan apa yang dicari masyarakat. Biasanya produk yang saya jual itu produk mukena Bali, gamis khas Bali dan tas rotan tapi semua produk ini tidak laku makanya sekarang yang saya jual itu adalah produk untuk kebutuhan setiap hari yaitu baju daster Bali,” katanya.

Saat ini pun produk daster Bali ini, banyak diincar masyarakat. Joko juga menyebutkan semenjak melakukan penjualan secara online, transaksi yang berhasil ia dapatkan pun meningkat hampir 90 persen.

Di sisi lain untuk menggaet lebih banyak pembelinya, Joko juga gencar melakukan berbagai promo menggunakan media sosial baik di Instagram hingga menggunakan Tiktok. Bahkan untuk memaksimalkan promosinya di media sosial, Joko pun membuat tim khusus untuk mengatur konten-konten yang akan diunggah.



Gambar IV.2 : Toko Kampung Souvenir di Bali Denpasar. (Foto : Nabilla Tashandra)

C. Bisnis Kuliner dan Hiburan di Bali yang akan Melejit Setelah Pandemi

BISNIS makan minum dan hiburan di Bali diprediksi akan melejit pasca pandemi Covid-19. Saat ini pemerintah mulai perlahan membuka kran pariwisata di Bali. Wacana untuk membuka sedikit demi sedikit kebijakan pembatasan sosial untuk membuka peluang Bergeraknya kembali ekonomi, mesti disambut dengan cermat dan cepat oleh pengusaha baik dari kalangan mikro hingga pengusaha menengah di Bali.

Menurut Direktur Bali Business Network yang merupakan salah satu NGO jaringan pengusaha Bali, I Made Abdi Negara, pemulihan ekonomi adalah fase yang pasti dan wajib dilakukan oleh pemerintah di semua level dan seluruh stakeholder. "Intinya, pemerintah juga tidak akan membiarkan kondisi ekonomi terus menerus dalam ketidakpastian, karena sangat berdampak secara langsung dan tidak langsung terhadap aktivitas pemerintah dan masyarakat secara umum," jelasnya di Denpasar, Minggu (21/3). Upaya yang dilakukan pemerintah menurut Abdi, salah satunya adalah melalui penetapan beberapa titik zona Hijau untuk daerah utama tujuan wisata di Bali, program lanjutan relaksasi pembiayaan bank, program bantuan lunak untuk UKM dan beberapa program lain yang tujuannya mempercepat akselerasi ekonomi di semua level.

Disinggung mengenai jenis industri yang diperkirakan akan tumbuh lebih awal, Abdi menjelaskan industri yang berhubungan dengan makanan dan hiburan menjadi nominator paling kuat sebagai sektor yang akan bertumbuh paling cepat setelah pandemi usai dan aktivitas sosial masyarakat kembali normal. Dijelaskan oleh mantan Sekretaris Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) Bali sekaligus Direktur Perusahaan Konsultan Bisnis PT Bhakti Cahaya Sejahtera (Bhakti Prosperity) tersebut, dari beberapa referensi yang dibaca, bisnis makanan dan hiburan tumbuh pesat setelah perang atau bencana yang terjadi di suatu daerah atau negara. "Secara psikologis, manusia butuh relaksasi dan rekreasi



apalagi setelah merasakan ketegangan dan kondisi yang tertekan, disinilah kemudian makanan dan hiburan menjadi pilihan," ujarnya. Diakui Abdi, pasca menghadapi pandemi covid-19, akan terjadi perubahan besar dalam perilaku, standarisasi serta orientasi dalam hubungan sosial termasuk interaksi yang berhubungan dunia usaha dan ekonomi secara umum. Di sinilah kemudian pelaku usaha harus jeli mengambil peluang. Tren makanan yang viral saat ini, seperti salah satu merek bakso, juga menunjukkan bahwa usaha makanan tidak bisa hanya mengandalkan rasa seperti juga sensasi yang menimbulkan kesenangan dan kebahagiaan saat menyantapnya.

"Perubahan lain yang bisa di dimanfaatkan oleh pelaku industri makanan adalah tren untuk memperhatikan komposisi atau kandungan makanan yang memiliki khasiat tertentu, naiknya kecenderungan layanan antar yang memberikan peluang produksi rumahan yang bersinergi dengan platform jasa layanan antar serta tren lain yang harus dibaca sekali lagi, oleh semua level pengusaha baik kecil hingga besar," jelasnya



Gambar IV.3 : Tempat Wisata Pantai di Bali

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia dinilai mempunyai potensi yang sangat besar. Bahkan setidaknya tercatat 88,8 persen UMKM memberi kontribusi ekonomi di ASEAN. Tidak hanya di Indonesia, salah satu pusat pergerakan sektor ekonomi di Bali juga Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM juga menjadi salah satu faktor penting dalam upaya menggerakkan roda perekonomian, dan meningkatkan pendapatan daerah. Dengan produktifnya UMKM di suatu daerah, tentu akan berimplikasi kepada tersedianya lapangan pekerjaan baru yang dan mampu mengikis jumlah pengangguran, serta pemerataan pembangunan dan hasil – hasil khususnya di bidang ekonomi dan peningkatan Pendapatan Domestik Regional Bruto. Tingkat pertumbuhan sektor UMKM di Bali tumbuh rata-rata 5,6 persen pada triwulan I tahun 2017 dibandingkan periode yang sama pada tahun 2016. Angka ini lebih tinggi dari rata-rata nasional yang hanya mencapai 2,44 persen. Bidang-bidang usaha yang mengalami pertumbuhan cukup tinggi misalnya pada biang kuliner, kerajinan, tekstil dan layanan wisata lainnya.

Dengan berkembang pesatnya perkembangan UMKM di Bali, maka persaingan dalam dunia bisnis juga semakin ketat. Di tengahnya arus globalisasi membuat UMKM harus memutar otak untuk menciptakan inovasi baru, baik dari segi produk maupun jasa sehingga memungkinkan para pelaku UMKM mampu bertahan dalam dunia bisnis. Perkembangan UMKM saat ini dibarengi dengan kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi yang turut serta mendukung perkembangan teknologi internet. Internet dapat dimanfaatkan dalam segala bidang, untuk bidang pendidikan, pemerintah, perbankan, penyuluhan kepada masyarakat, kesehatan, dan untuk dunia bisnis / UMKM.

Dalam dunia UMKM internet dapat mempermudah akses penjualan karna internet merupakan sebuah jaringan yang mempunyai cakupan yang sangat luas dan tidak terbatas. Internet

merupakan sebuah jaringan yang sangat fleksibel, semua orang dapat mengakses internet kapanpun dan dimanapun. Maka dengan ini, internet bisa memudahkan bagi para konsumen untuk melakukan sebuah transaksi pembelian tanpa harus datang ke tempat distributor/penjual untuk membeli produk yang dibutuhkan, dan dapat melakukan pemesanan/pembelian sebuah produk kapanpun dan dimanapun. Ini merupakan peluang untuk memiliki pelanggan lebih banyak dari berbagai daerah. Selain itu, dengan adanya internet mempermudah mendapatkan informasi, sehingga para pelaku UMKM bisa memberikan berbagai macam informasi bagi para konsumen dan klien, baik informasi seputar perusahaan ataupun seputar produk yang dimiliki. Dengan pemanfaatan dan penggunaan teknologi internet diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi dan informasi kedalam perusahaannya.

Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk-produk adalah dengan menggunakan Electronic Commerce (ecommerce). Electronic commerce (e-commerce) merupakan konsep yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang pada internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. Penggunaan e-commerce sebagai sarana pemasaran produk UMKM melalui website dan marketplace. Marketplace merupakan bagian dari E-Commerce, Marketplace biasanya mempunyai sistem tersendiri yang dapat mengatur ratusan bahkan jutaan produk yang ingin dijual maupun di beli. Marketplace adalah sebuah lokasi jual beli produk dimana seller dan juga konsumen bertemu di suatu tempat. Seller akan menjual barangnya di lapak yang sudah disediakan oleh ecommerce dengan konsep marketplace. Barang yang dijual di marketplace tersebut kemudian akan diiklankan oleh



pihak e-commerce untuk mendapatkan konsumen yang potensial. Salah satu faktor kesuksesan e-commerce dengan konsep marketplace ini ditentukan oleh banyaknya jumlah seller dan juga konsumen yang bergabung di website e-commerce tersebut. Pada dasarnya konsep e-commerce dengan menggunakan cara ini hanyalah persoalan pengiklanan. Konsep jual belinya mirip dengan konsep di pasar tradisional. Pasar akan semakin terkenal jika ia memiliki banyak penjual dan banyak pembeli. Semakin banyak penjual maka akan semakin lengkap produk yang dijual sehingga semakin banyak pembeli yang datang.

D. Profil dan Perkembangan UMKM Binaan IWAPI se-Bali

Bagian ini menyajikan profil dan data perkembangan UMKM Binaan IWAPI se-Bali sebagai bentuk analisis kebutuhan sebelumnya dibangunnya e-KOlab. Adapun pertanyaan yang diajukan dalam pendataan profil dan perkembangan UMKM dapat dilihat di <http://s.id/analiskebutuhanumkm> dan rekapitulasinya dapat dilihat dalam https://docs.google.com/spreadsheets/d/1-a5aIQkXL-qJgM_XWKJfLsvsNsi0R3Ur0Ys8xhQQIzk/edit#gid=179016592. Survei kebutuhan riset ini dilakukan pada 9 kabupaten di Bali dengan total jumlah responden sebanyak 123 pelaku UMKM, yakni:



Tabel IV.2. Rekapitulasi Jumlah Responden UMKM (dalam Survei Kebutuhan Riset)

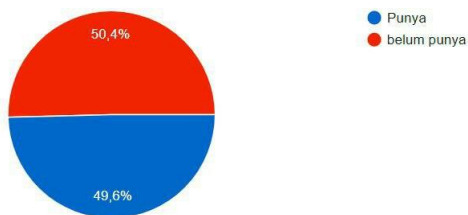
No	Kabupaten/Kota	Jumlah Responden UMKM
1	Buleleng	21
2	Klungkung	3
3	Tabanan	18
4	Karangasem	34
5	Denpasar	21
6	Bangli	1
7	Badung	14
8	Jembrana	6
9	Gianyar	5
Total		123

Sumber: Data diolah dari kuesioner, 2021

Adapun deskripsi untuk masing-masing pertanyaan dalam survei kebutuhan UMKM disajikan sebagai berikut:

apakah anda sudah punya nomor IUMK

123 jawaban



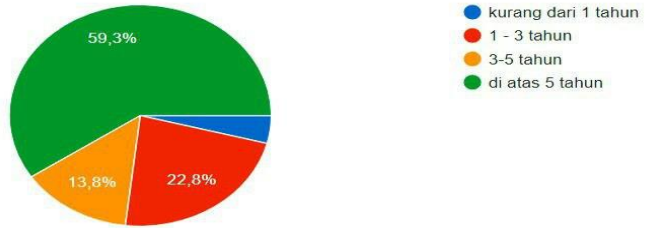
Gambar IV.4 : Grafik PIE Untuk Yang Sudah Punya Nomor IUMK

Berdasarkan pada isian kuesioner dengan responden pelaku UMKM dari anggota DPC IWAPI yang tersebar di 9

Kapupaten/kodya di Propinsi Bali didapatkan bahwa dari 123 responden di dapatkan 50,4% belum mempunyai nomor ijin UMK dan 49,6% telah mempunyai nomor ijin UMK.

lama usaha UMKM anda

123 jawaban

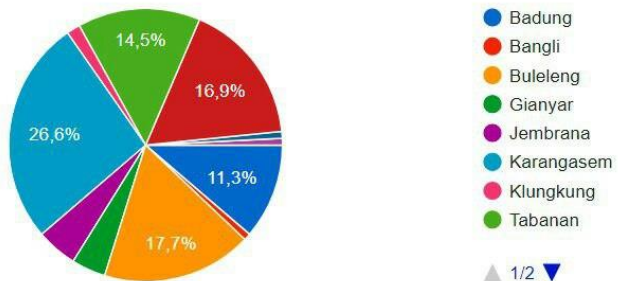


Gambar IV.5 : Grafik PIE yang menunjukkan Lama Usaha UMKM

Berdasarkan lama pelaku UMKM ini menjalankan usaha, didapatkan data sebagai berikut: 4,1 % responden telah menjalankan usaha kurang dari 1 tahun, 22,8% menjalankan usahanya 1-3 tahun, 13,8% telah menjalankan usaha selama 3-5 tahun dan sisanya 59,3% telah menjalankan usaha lebih dari 5 tahun.

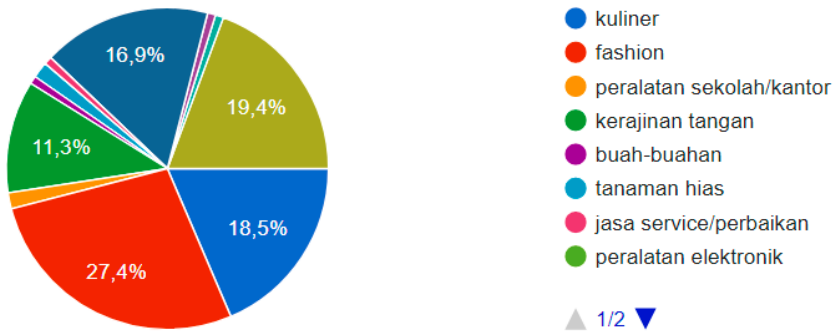
Lokasi usaha anda dari kabupaten/kodya mana

124 jawaban



Gambar IV.6 : Grafik PIE yang menunjukkan Lokasi Usaha UMKM

Lokasi usaha pelaku UMKM anggota IWAPI ini tersebar di Badung (11,3%), Bangli(16,9%), Buleleng (17,7%), Gianyar(4%), Jembrana(4,8%), Karangasem (26,6%), Klungkung(1,8%), Tabanan (14,5%).

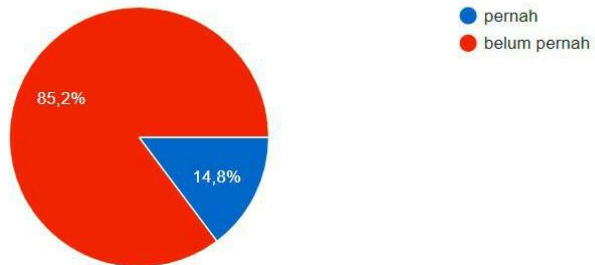


Gambar IV.7: Grafik PIE yang menunjukan Bidang yang ditekuni pelaku UMKM

Bidang yang ditekuni pelaku umkm IWAPI Propinsi Bali terdiri dari berbagai bidang, diantaranya adalah : Kuliner (18,5%), fashion (27,4%), peralatan sekolah atau kantor (1,6%), kerajinan tangan (11,3%), penjual buah-buahan (0,8%), penjual tanaman (1,6%) jasa servise atau perbaikan (1,6%), salon rias (16,9%), catering (0,8%), group kesenian (0,8%) dan bidang lainnya (19,4%).

Pernah ditawari waralaba ata franchise?

122 jawaban

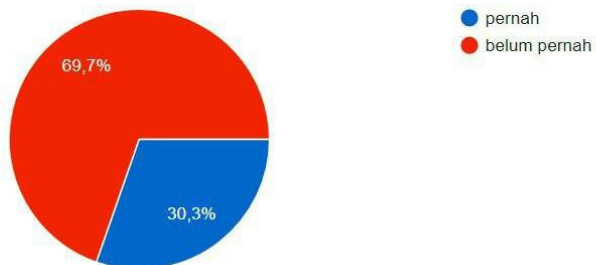


Gambar IV.8 : Grafik PIE untuk menunjukkan yang pernah ditawari oleh waralaba

Sebagian besar responden belum pernah ditawari waralaba sebanyak 85,2% dan sisanya sebanyak 14,8% pernah ditawari waralaba.

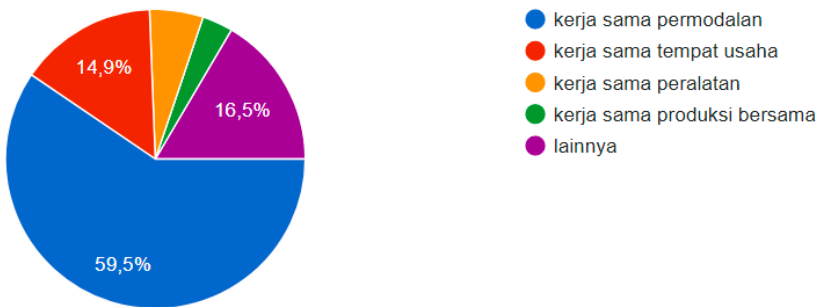
Apakah anda pernah ditawari konsinyasi (beli dengan bayar tempo ke depan)?

122 jawaban



Gambar IV.9 : Grafik PIE untuk menunjukkan yang pernah ditawari Konsinyasi

Demikian juga tentang konsinyasi. Sebanyak 69,7% belum pernah ditawarkan tentang konsinyasi dan sisanya 30,3% pernah ditawarkan konsinyasi.

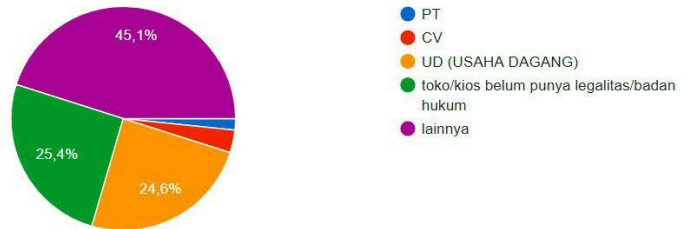


Gambar IV.10 : Grafik PIE yang menunjukkan Responden Konsinyasi Kerjasama UMKM

Kerja sama sangat penting antara pelaku UMKM dengan mitra yang sudah lebih tinggi tingkatannya. Berdasarkan ragam kerja sama yang diinginkan oleh mereka, terdapat 59,5 % dari responden menginginkan kerja sama dalam bentuk pinjaman permodalan. Hal ini menunjukkan bahwa kerja sama modal menjadi salah satu bentuk kerja sama yang sangat diharapkan bagi pelaku UMKM IWAPI di Bali. Kemudian ada sebanyak 14,9% responden menginginkan kerja sama berupa tersedianya tempat usaha, 5,8% menginginkan kerjasama penyediaan peralatan produksi, 3,3% kerjasama untuk produksi bersama dan 16,5% menginginkan kerja sama dalam bentuk lainnya.

Legalitas usaha anda apa?

122 jawaban



Gambar IV.11 : Grafik yang menunjukkan atas Legalitas Usaha setiap Pelaku UMKM

Berdasarkan pada isian kuesioner dengan responden pelaku UMKM dari anggota DPC IWAPI yang tersebar di 9 Kabupaten/kodya di Propinsi Bali didapatkan bahwa dari 123 responden di dapatkan 1% untuk Legalitas usaha PT , 5,9% Untuk CV, untuk Usaha Dagang didapat 24,6% sedangkan untuk toko/kios belum punya legalitas badan hukum sebanyak 25,4% dan untuk lainnya itu paling banyak yaitu 45,1% hampir separuh legalitas usaha yang tidak terdeteksi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa data yang disajikan dari 123 UMKM binaan IWAPI perlu inovasi sebuah aplikasi yang dapat menghubungkan para pelaku UMKM ke banyak pihak seperti : Lembaga KUR, Pewaralaba/Franchisor, Konsinyor, Dropshipper dan Reseller, Investor, Koperasi, Supplier, Dinas/Instansi Pemerintah/Rekanan IWAPI, Konsultan/Pendamping UMKM, Agen dan Distributor, Lembaga Pelatihan/BLK, dan layanan informasi bisnis lainnya.

E. Pengukuran Manfaat Penerapan e-KOlab bagi UMKM Binaan IWAPI Bali

Banyak para ahli dan akademisi yang mengemukakan pendapatnya tentang pengertian..dari implementasi. Hal ini perlu

dijelaskan agar pemahaman tentang implementasi dapat disinkronisasikan dari konsep penelitian terhadap suatu kebijakan atau peraturan perundangan-undangan yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Karena implementasi merupakan kegiatan..yang penting dari keseluruhan proses perencanaan kebijakan. Adapun pengertian implementasi tersebut dapat dilihat dalam beberapa pendapat dari Mulyadi sebagai berikut ini:

Menurut (Mulyadi, 2015), implementasi..mengacu pada tindakan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan. Tindakan ini berusaha untuk mengubah keputusan-keputusan tersebut menjadi pola-pola operasional serta berusaha mencapai perubahan perubahan besar atau kecil sebagaimana yang telah diputuskan sebelumnya. Implementasi pada hakikatnya juga merupakan upaya pemahaman..apa..yang seharusnya terjadi setelah program..dilaksanakan. Implementasi menurut teori Jones (Mulyadi, 2015): *“Those activities directed toward putting.a program into effect”* (proses mewujudkan program..hingga memperlihatkan hasilnya), sedangkan menurut Horn dan Meter: *“Those actions by public and private individual (or group) that are achievement or objectives set forth in prior policy”* (tindakan yang dilakukan pemerintah).

Jadi..implementasi adalah tindakan yang dilakukan setelah suatu kebijakan..ditetapkan. Implementasi merupakan cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya. Implementasi..e-KOlab bagi para pelaku UMKM binaan IWAPI adalah menerapkan..secara langsung aplikasi baik berbasis website maupun android yang terdiri dari..berbagai modul aplikasi, yakni: UKM/UMK, Peralaba, Konsinyor, Kerjasama, Perizinan, dan Jejaring

Menurut (Wiratama & Dimas, 2017) ukuran utama yang dijadikan untuk menyatakan keberhasilan pengembangan sistem

informasi dan *website* adalah *usability*. Tingkat *usability* menentukan apakah sistem tersebut bermanfaat, diterima user, dan bertahan lama dalam penggunaannya. *Website* dengan *usability* yang tinggi akan membuat sistem tersebut populer dalam waktu lama dan luas penggunaannya karena banyak orang akan merasakan kemudahan dan manfaatnya.

Dengan sampel pengujian adalah 65 pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali, 30 orang pengurus IWAPI Bali (baik DPC/ Dewan Pimpinan Cabang maupun DPD/ Dewan Pimpinan Daerah), 30 orang pelaku calon pewaralaba, 30 orang pelaku calon konsinyor, dan 30 orang Calon pihak yang akan menawarkan kerjasama.

Menurut (Sharfina & Santoso, 2017) 10 pertanyaan dari *System Usability Scale* (SUS) yang sudah diterjemahkan dalam bahasa Indonesia adalah :

Tabel IV.3 Daftar Pertanyaan *System Usability Scale* (SUS)

No.	Pertanyaan
1.	Saya berpikir akan menggunakan sistem ini lagi
2.	Saya merasa sistem ini rumit untuk digunakan
3.	Saya merasa sistem ini mudah digunakan
4.	Saya membutuhkan bantuan dari orang lain atau teknisi dalam menggunakan sistem ini
5.	Saya merasa fitur-fitur sistem ini berjalan dengan semestinya
6.	Saya merasa ada banyak hal yang tidak konsisten (tidak serasi pada sistem ini)
7.	Saya merasa orang lain akan memahami cara menggunakan sistem ini dengan cepat
8.	Saya merasa sistem ini membingungkan
9.	Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan sistem ini
10.	Saya perlu membiasakan diri terlebih dahulu sebelum menggunakan sistem ini

Sumber: (Sharfina & Santoso, 2017)



Seperti yang sudah dijelaskan di atas tadi bahwa SUS memiliki 5 pilihan jawaban. Mulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, dan sangat setuju. Skor masing-masing jawaban mulai dari 1 sampai 5. Berikut pilihan jawaban beserta skornya:

Tabel IV.4 Skor Jawaban yang Digunakan

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Ragu-Ragu (RG)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Setelah melakukan pengumpulan..data dari responden, kemudian data tersebut dihitung. Dalam cara menggunakan *System Usability Scale (SUS)* ada beberapa aturan dalam perhitungan skor SUS. Berikut ini aturanaturan saat perhitungan skor pada..kuesionernya:

1. Setiap pertanyaan bernomor ganjil, skor setiap pertanyaan yang didapat dari skor pengguna akan dikurangi 1.
2. Setiap pertanyaan bernomor genap, skor akhir didapat dari nilai 5 dikurangi skor pertanyaan yang didapat dari pengguna.
3. Skor SUS didapat dari hasil penjumlahan skor setiap pertanyaan yang kemudian dikali 2.5.

Aturan perhitungan skor untuk berlaku pada satu responden. Untuk perhitungan selanjutnya, skor SUS dari masing-masing responden dicari skor rata-ratanya dengan menjumlahkan semua skor dan dibagi dengan jumlah responden. Berikut rumus menghitung skor SUS:

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

Dimana:

\bar{x} = skor rata – rata

$\sum x$ = jumlah skor SUS

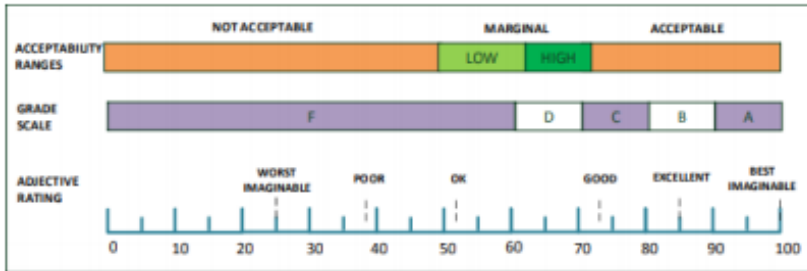
n = jumlah responden

Kesimpulan dari cara..menggunakan *System Usability Scale* (SUS) adalah setelah..dihitung didapatlah skor rata-rata SUS dari semua responden. Skor tersebut kemudian disesuaikan dengan penilaian SUS. Masuk kategori mana hasil pengujian dengan skor rata-rata yang sudah didapat.

Tabel IV.5 *SUS Score, Grade dan Adjective Rating*

SUS Score	Grade	Adjective Rating
>80.3	A	Excellent
68–80.3	B	Good
68	C	Okay
51–68	D	Poor
<51	F	Awful

Jadi jika hasil *SUS Score* di bawah nilai 68 maka..pengembang sistem harus lebih kerja keras lagi untuk..mengubah atau meningkatkan kebergunaan *website* atau aplikasi. Penentuan..pertama dilihat dari sisi tingkat penerimaan pengguna, *grade* skala dan *adjective* rating yang terdiri. dari tingkat penerimaan pengguna terdapat..tiga kategori yaitu *not acceptable*, *marginal* dan *acceptable*. Sedangkan dari sisi..tingkat *grade* skala terdapat enam skala yaitu A, B, C, D, E dan F. Dan dari *adjective* rating..terdiri dari *worst imaginable*, *poor*, *ok*, *good*, *excellent* dan *best imaginable*..seperti yang diperlihatkan pada gambar 4.8.



Gambar IV. 12 Penentuan Hasil Penilaian

Kesimpulan dari cara..menggunakan *System Usability Scale* (SUS) adalah setelah dihitung..didapatlah skor rata-rata SUS dari semua responden. Skor tersebut kemudian..d disesuaikan..dengan penilaian SUS, termasuk ke dalam kategori mana hasil..pengujian dengan skor rata-rata yang sudah didapat. Semua fasilitas, fitur, aplikasi dan..informasi tersebut masuk dalam SUS mulai dari melihat bagaimana tampilan *web*, kelebihan serta kekurangannya. Tabel data hasil kuesioner dari responden yang dilakukan:

Tabel IV.6 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden UMKM
Binaan IWAPI Bali

Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1	4	2	5	2	5	2	5	2	3	3
2	4	1	4	2	5	1	3	2	5	2
3	3	1	5	2	5	2	4	2	5	2
4	5	1	4	1	3	1	4	1	5	3
5	3	1	5	1	4	1	5	2	3	2
6	4	2	4	2	4	1	3	1	5	2
7	4	2	3	3	5	1	5	1	3	1
8	5	2	4	3	4	2	3	1	5	3
9	3	2	4	3	5	1	4	1	3	2
10	3	2	5	1	3	1	5	2	5	2
11	4	2	5	2	4	2	5	1	3	2
12	5	2	5	3	4	2	3	1	3	2
13	5	1	3	3	4	2	4	1	5	2
14	5	2	4	2	4	1	4	2	5	2
15	3	1	3	1	4	2	4	2	3	3
16	4	2	4	3	3	1	4	2	4	2
17	3	1	3	2	5	1	5	1	3	3
18	5	2	5	2	5	2	5	1	3	1
19	3	2	4	2	5	1	5	1	4	2
20	5	2	3	2	3	1	3	2	4	3
21	3	2	5	2	3	1	5	2	4	1
22	4	1	4	3	4	1	5	1	5	3
23	3	1	5	3	4	2	3	2	5	3
24	5	2	3	2	4	1	3	1	4	2

Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
25	4	1	5	1	4	1	4	2	3	2
26	3	1	3	1	3	2	3	2	5	3
27	5	1	5	2	3	1	5	1	5	3
28	3	1	4	2	4	1	5	2	3	1
29	3	1	4	3	4	2	5	2	5	2
30	4	1	4	2	5	2	5	2	4	2
31	4	1	3	2	5	1	3	1	4	2
32	5	2	5	1	5	2	4	2	4	3
33	4	1	3	1	3	1	4	1	5	3
34	4	1	5	2	3	2	5	1	4	3
35	4	2	5	3	5	2	5	1	4	2
36	3	1	3	1	4	2	4	2	5	3
37	4	1	3	3	4	2	3	2	3	2
38	4	2	5	1	3	2	3	2	4	1
39	3	2	5	1	5	2	3	2	4	1
40	3	1	4	1	5	2	4	2	5	1
41	4	1	5	3	5	1	3	1	5	3
42	3	2	5	2	3	2	5	1	5	1
43	3	1	3	3	5	1	3	2	5	1
44	4	1	3	2	3	1	4	2	3	1
45	5	1	4	2	3	2	5	2	5	3
46	4	2	4	2	4	2	3	1	4	2
47	4	1	5	2	4	1	4	2	4	2
48	5	2	3	1	4	2	5	1	5	2
49	4	2	5	2	4	2	5	2	3	3
50	3	1	5	3	4	1	4	1	3	1
51	5	2	4	1	5	1	5	2	3	1
52	3	2	4	1	4	2	5	1	3	3
53	5	2	4	1	5	1	5	2	5	3



Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
54	3	2	4	1	3	2	4	2	4	2
55	4	1	3	2	4	1	5	1	5	1
56	4	2	4	3	4	2	5	2	5	3
57	3	2	3	1	3	2	4	2	3	3
58	3	1	5	2	5	2	3	1	3	2
59	5	2	5	1	4	2	4	1	3	3
60	3	2	4	3	5	1	3	2	3	1
61	3	2	3	2	3	2	5	2	3	3
62	3	1	5	2	5	2	5	1	4	2
63	5	2	5	2	5	1	4	1	3	3
64	3	2	3	3	5	2	4	1	4	3
65	4	1	3	3	4	2	4	1	3	2

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Tabel hasil perhitungan dengan metode SUS disajikan sebagai berikut:

Tabel IV.7 Tabel Rekapitulasi Hasil Perhitungan dengan Metode SUS

Resp	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q1 0	Jumla. h	Jumla. h x 2,5
1	3	3	4	3	4	3	4	3	2	2	31	77,50
2	3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	33	82,50
3	2	4	4	3	4	3	3	3	4	3	33	82,50
4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	2	34	85,00
5	2	4	4	4	3	4	4	3	2	3	33	82,50
6	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	32	80,00
7	3	3	2	2	4	4	4	4	2	4	32	80,00
8	4	3	3	2	3	3	2	4	4	2	30	75,00
9	2	3	3	2	4	4	3	4	2	3	30	75,00
10	2	3	4	4	2	4	4	3	4	3	33	82,50
11	3	3	4	3	3	3	4	4	2	3	32	80,00
12	4	3	4	2	3	3	2	4	2	3	30	75,00



Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Jumlah	x 2,5
13	4	4	2	2	3	3	3	4	4	3	32	80,00
14	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	33	82,50
15	2	4	2	4	3	3	3	3	2	2	28	70,00
16	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	29	72,50
17	2	4	2	3	4	4	4	4	2	2	31	77,50
18	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	35	87,50
19	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	33	82,50
20	4	3	2	3	2	4	2	3	3	2	28	70,00
21	2	3	4	3	2	4	4	3	3	4	32	80,00
22	3	4	3	2	3	4	4	4	4	2	33	82,50
23	2	4	4	2	3	3	2	3	4	2	29	72,50
24	4	3	2	3	3	4	2	4	3	3	31	77,50
25	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	33	82,50
26	2	4	2	4	2	3	2	3	4	2	28	70,00
27	4	4	4	3	2	4	4	4	4	2	35	87,50
28	2	4	3	3	3	4	4	3	2	4	32	80,00
29	2	4	3	2	3	3	4	3	4	3	31	77,50
30	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	33	82,50
31	3	4	2	3	4	4	2	4	3	3	32	80,00
32	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	33	82,50
33	3	4	2	4	2	4	3	4	4	2	32	80,00
34	3	4	4	3	2	3	4	4	3	2	32	80,00
35	3	3	4	2	4	3	4	4	3	3	33	82,50
36	2	4	2	4	3	3	3	3	4	2	30	75,00
37	3	4	2	2	3	3	2	3	2	3	27	67,50
38	3	3	4	4	2	3	2	3	3	4	31	77,50
39	2	3	4	4	4	3	2	3	3	4	32	80,00
40	2	4	3	4	4	3	3	3	4	4	34	85,00
41	3	4	4	2	4	4	2	4	4	2	33	82,50
42	2	3	4	3	2	3	4	4	4	4	33	82,50



Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Jumlah	Jumlah x 2,5
43	2	4	2	2	4	4	2	3	4	4	31	77,50
44	3	4	2	3	2	4	3	3	2	4	30	75,00
45	4	4	3	3	2	3	4	3	4	2	32	80,00
46	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	30	75,00
47	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	33	82,50
48	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	34	85,00
49	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2	30	75,00
50	2	4	4	2	3	4	3	4	2	4	32	80,00
51	4	3	3	4	4	4	4	3	2	4	35	87,50
52	2	3	3	4	3	3	4	4	2	2	30	75,00
53	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	35	87,50
54	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	29	72,50
55	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	35	87,50
56	3	3	3	2	3	3	4	3	4	2	30	75,00
57	2	3	2	4	2	3	3	3	2	2	26	65,00
58	2	4	4	3	4	3	2	4	2	3	31	77,50
59	4	3	4	4	3	3	3	4	2	2	32	80,00
60	2	3	3	2	4	4	2	3	2	4	29	72,50
61	2	3	2	3	2	3	4	3	2	2	26	65,00
62	2	4	4	3	4	3	4	4	3	3	34	85,00
63	4	3	4	3	4	4	3	4	2	2	33	82,50
64	2	3	2	2	4	3	3	4	3	2	28	70,00
65	3	4	2	2	3	3	3	4	2	3	29	72,50
Rata-rata												78,65

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Skor akhir perhitungan uji *usability* dengan menggunakan metode SUS adalah pada skor 78,5, yang berarti aplikasi mendapatkan penilaian Baik (*Good*) dari pengguna, sehingga disimpulkan aplikasi dapat diterima (*acceptable*) oleh pengguna.



Tabel IV.8 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden
Pengurus IWAPI Bali

Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1	3	2	5	2	4	1	5	2	4	3
2	4	1	5	1	5	1	5	2	4	2
3	3	1	4	2	4	2	5	2	3	1
4	4	1	4	2	5	1	4	1	3	2
5	5	2	4	2	4	2	4	1	5	2
6	5	2	5	1	5	2	4	2	5	1
7	4	2	4	2	4	2	4	2	3	2
8	5	1	4	1	4	2	5	2	5	1
9	5	1	5	1	5	1	5	2	3	3
10	4	2	4	1	4	2	4	2	3	3
11	4	2	5	1	4	1	4	2	3	2
12	5	1	4	1	4	1	4	1	4	2
13	4	1	4	1	4	2	5	2	4	2
14	3	1	4	1	4	1	4	1	3	3
15	5	2	4	2	5	1	4	1	4	2
16	4	2	4	2	4	1	5	2	4	1
17	5	2	4	2	5	1	5	1	4	2
18	4	1	5	1	4	1	4	2	4	3
19	4	2	4	2	4	2	5	2	5	2
20	4	2	4	1	4	1	4	2	3	3
21	3	1	5	2	5	1	5	2	3	2
22	4	1	4	2	5	1	5	1	4	3
23	3	1	4	2	5	1	4	2	3	3
24	4	1	4	2	5	2	5	1	5	2
25	5	2	5	2	4	2	4	1	4	3
26	5	2	4	2	5	2	4	2	3	3
27	5	1	4	1	5	1	5	1	3	3
28	3	2	4	2	4	2	4	2	5	2



Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
29	4	2	5	2	5	2	5	2	5	1
30	4	2	5	2	5	1	5	1	3	1

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Tabel IV.9 Tabel Rekapitulasi Hasil Perhitungan dengan Metode SUS

Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Jml	Jml ⁺ 2,5
1	2	3	4	3	3	4	4	3	3	2	31	77,50
2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	36	90,00
3	2	4	3	3	3	3	4	3	2	4	31	77,50
4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	3	33	82,50
5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	33	82,50
6	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	36	90,00
7	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29	72,50
8	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	36	90,00
9	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	35	87,50
10	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	29	72,50
11	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	32	80,00
12	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	35	87,50
13	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	33	82,50
14	2	4	3	4	3	4	3	4	2	2	31	77,50
15	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	34	85,00
16	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	33	82,50
17	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	35	87,50
18	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2	33	82,50
19	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	32	80,00
20	3	3	3	4	3	4	3	3	2	2	30	75,00
21	2	4	4	3	4	4	4	3	2	3	33	82,50
22	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	34	85,00
23	2	4	3	3	4	4	3	3	2	2	30	75,00



Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Jml	Jml* 2,5
24	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	35	87,50
25	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	32	80,00
26	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	30	75,00
27	4	4	3	4	4	4	4	4	2	2	35	87,50
28	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	30	75,00
29	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	35	87,50
30	3	3	4	3	4	4	4	4	2	4	35	87,50
Rata-rata											82,17	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Skor akhir perhitungan uji *usability* dengan menggunakan metode SUS adalah pada skor 82,17, yang berarti aplikasi mendapatkan penilaian Luas Biasa (*Excellent*) dari pengguna, sehingga disimpulkan aplikasi dapat diterima (*acceptable*) oleh pengguna.

Tabel IV.10 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Calon Pewartalaba

Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1	4	1	4	1	4	2	3	3	5	2
2	5	3	5	1	3	3	5	3	4	3
3	3	3	3	3	4	2	3	3	5	3
4	5	3	4	1	4	3	5	2	3	3
5	4	1	5	1	4	3	4	3	4	2
6	5	2	4	3	3	3	3	1	5	1
7	5	1	5	1	5	1	4	2	4	2
8	4	3	3	2	4	1	4	3	5	3
9	4	1	3	3	5	3	4	1	4	3
10	5	1	5	3	5	3	5	1	5	1
11	4	1	5	3	3	2	3	3	3	3
12	3	3	5	3	4	2	4	1	5	3
13	3	2	3	2	4	3	5	3	4	3



Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
14	5	2	3	3	5	1	3	3	5	3
15	4	3	5	1	5	1	3	2	3	2
16	3	2	5	2	4	3	4	2	5	3
17	4	2	5	3	5	2	4	2	3	1
18	4	3	3	2	3	1	4	3	4	2
19	5	2	4	3	5	1	4	3	4	1
20	3	1	3	2	4	3	3	2	3	2
21	3	3	5	3	3	1	4	2	5	3
22	3	2	4	2	4	1	4	1	3	3
23	3	2	5	2	5	2	3	1	3	3
24	3	3	4	2	4	2	5	3	3	2
25	3	3	3	1	5	1	3	1	3	2
26	3	2	5	3	5	2	5	3	3	3
27	3	3	5	2	4	1	3	1	4	1
28	4	3	4	1	5	2	5	2	4	2
29	5	1	5	2	4	1	5	1	3	3
30	5	3	5	3	5	2	5	2	5	1

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Tabel IV.11 Tabel Rekapitulasi Hasil Perhitungan dengan Metode SUS

Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	jml	Jumlah x 2.5
1	3	4	3	4	3	3	2	2	4	3	31	77,50
2	4	2	4	4	2	2	4	2	3	2	29	72,50
3	2	2	2	2	3	3	2	2	4	2	24	60,00
4	4	2	3	4	3	2	4	3	2	2	29	72,50
5	3	4	4	4	3	2	3	2	3	3	31	77,50
6	4	3	3	2	2	2	2	4	4	4	30	75,00
7	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36	90,00
8	3	2	2	3	3	4	3	2	4	2	28	70,00



Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	jml	Jumlah x 2.5
9	3	4	2	2	4	2	3	4	3	2	29	72,50
10	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	36	90,00
11	3	4	4	2	2	3	2	2	2	2	26	65,00
12	2	2	4	2	3	3	3	4	4	2	29	72,50
13	2	3	2	3	3	2	4	2	3	2	26	65,00
14	4	3	2	2	4	4	2	2	4	2	29	72,50
15	3	2	4	4	4	4	2	3	2	3	31	77,50
16	2	3	4	3	3	2	3	3	4	2	29	72,50
17	3	3	4	2	4	3	3	3	2	4	31	77,50
18	3	2	2	3	2	4	3	2	3	3	27	67,50
19	4	3	3	2	4	4	3	2	3	4	32	80,00
20	2	4	2	3	3	2	2	3	2	3	26	65,00
21	2	2	4	2	2	4	3	3	4	2	28	70,00
22	2	3	3	3	3	4	3	4	2	2	29	72,50
23	2	3	4	3	4	3	2	4	2	2	29	72,50
24	2	2	3	3	3	3	4	2	2	3	27	67,50
25	2	2	2	4	4	4	2	4	2	3	29	72,50
26	2	3	4	2	4	3	4	2	2	2	28	70,00
27	2	2	4	3	3	4	2	4	3	4	31	77,50
28	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	32	80,00
29	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2	34	85,00
30	4	2	4	2	4	3	4	3	4	4	34	85,00
Rata-rata												74,17

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Skor akhir perhitungan uji *usability* dengan menggunakan metode SUS adalah pada skor 74,17, yang berarti aplikasi mendapatkan penilaian Baik (*Good*) dari pengguna, sehingga disimpulkan aplikasi dapat diterima (*acceptable*) oleh pengguna.



Tabel IV. 12 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Calon Konsinyor

Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1	4	1	5	2	4	2	5	2	4	3
2	5	2	4	1	5	2	5	2	5	3
3	4	3	5	1	4	2	4	2	5	2
4	5	2	5	2	3	1	4	2	5	2
5	4	3	5	1	5	2	5	1	4	3
6	5	3	5	1	5	2	5	2	5	3
7	4	1	5	2	5	1	5	1	5	2
8	5	3	4	1	5	1	5	2	5	3
9	5	2	5	2	4	1	5	2	4	1
10	4	2	5	2	3	2	4	1	5	3
11	5	1	5	1	5	1	5	2	4	3
12	4	1	5	2	5	1	5	1	5	1
13	4	1	4	1	3	1	5	1	5	3
14	5	2	5	2	3	1	4	1	4	3
15	4	3	4	2	4	2	5	1	5	2
16	5	2	4	2	3	1	4	1	5	2
17	5	1	4	2	4	2	4	2	5	1
18	4	1	4	2	5	1	4	1	5	1
19	4	2	5	2	4	1	5	1	4	3
20	5	3	4	1	3	1	5	1	5	1
21	4	1	4	1	3	1	4	2	4	1
22	4	1	4	2	4	2	5	1	5	3
23	4	2	5	1	5	1	5	1	4	1
24	4	3	4	1	4	2	5	1	4	1
25	5	1	5	2	4	1	5	1	4	1
26	5	3	5	1	5	1	4	2	5	2
27	5	1	4	2	4	2	4	1	4	1
28	4	1	5	1	5	1	5	1	5	1



Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
29	4	2	4	1	4	1	4	1	5	3
30	5	1	5	1	5	1	5	2	5	2

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Tabel IV.13 Tabel Rekapitulasi Hasil Perhitungan dengan Metode SUS

Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Jml	Jml x 2,5
1	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	32	80,00
2	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	34	85,00
3	3	2	4	4	3	3	3	3	4	3	32	80,00
4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	33	82,50
5	3	2	4	4	4	3	4	4	3	2	33	82,50
6	4	2	4	4	4	3	4	3	4	2	34	85,00
7	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	37	92,50
8	4	2	3	4	4	4	4	3	4	2	34	85,00
9	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	35	87,50
10	3	3	4	3	2	3	3	4	4	2	31	77,50
11	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	36	90,00
12	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38	95,00
13	3	4	3	4	2	4	4	4	4	2	34	85,00
14	4	3	4	3	2	4	3	4	3	2	32	80,00
15	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	32	80,00
16	4	3	3	3	2	4	3	4	4	3	33	82,50
17	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	34	85,00
18	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	36	90,00
19	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	33	82,50
20	4	2	3	4	2	4	4	4	4	4	35	87,50
21	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4	33	82,50
22	3	4	3	3	3	3	4	4	4	2	33	82,50
23	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	37	92,50
24	3	2	3	4	3	3	4	4	3	4	33	82,50
25	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	37	92,50



Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Jml	Jml x 2,5
26	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	35	87,50
27	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	34	85,00
28	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	97,50
29	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	33	82,50
30	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38	95,00
Rata-rata												85,83

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Skor akhir perhitungan uji *usability* dengan menggunakan metode SUS adalah pada skor 85,83, yang berarti aplikasi mendapatkan penilaian Luas Biasa (*Excellent*) dari pengguna, sehingga disimpulkan aplikasi dapat diterima (*acceptable*) oleh pengguna.

Tabel IV.14 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Calon Pihak yang akan Menawarkan Kerjasama

Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
1	5	3	4	1	5	1	5	2	4	1
2	4	2	5	1	4	1	4	2	5	3
3	5	1	5	2	3	2	5	2	4	2
4	4	3	4	2	5	2	5	2	4	1
5	4	2	4	1	5	2	5	2	5	1
6	4	1	4	1	3	1	5	2	5	1
7	4	3	4	2	3	1	4	2	4	2
8	4	1	4	2	3	1	4	2	5	2
9	4	1	5	2	5	2	4	2	5	2
10	4	1	4	2	5	1	5	1	4	3
11	5	1	4	1	3	2	4	1	4	2
12	4	3	4	2	5	2	4	1	4	3
13	4	2	5	2	5	1	4	1	5	1



Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
14	4	2	4	2	5	2	5	2	4	3
15	5	1	4	1	4	1	5	1	5	3
16	4	1	4	2	4	2	4	2	5	3
17	4	2	4	1	4	1	5	2	5	1
18	4	1	5	2	3	1	4	2	5	3
19	5	3	5	1	5	2	5	2	5	3
20	5	3	4	2	5	2	5	1	4	3
21	5	1	4	2	3	2	5	1	4	1
22	5	3	5	1	4	2	4	1	5	3
23	4	3	5	1	4	2	4	1	4	1
24	5	2	5	1	4	1	4	2	5	2
25	4	3	5	2	3	1	4	2	5	3
26	4	3	4	1	3	2	5	1	5	1
27	5	2	4	1	5	1	4	1	5	2
28	5	2	4	1	5	1	5	1	4	3
29	5	1	5	1	4	2	5	1	4	3
30	5	1	5	2	5	1	5	1	4	2

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Tabel IV. 15 Tabel Rekapitulasi Hasil Perhitungan dengan Metode SUS

Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Jml	Jml x 2,5
1	4	2	3	4	4	4	4	3	3	4	35	87,50
2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	2	33	82,50
3	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3	33	82,50
4	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	32	80,00
5	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	35	87,50



Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Jml	Jml x 2,5
6	3	4	3	4	2	4	4	3	4	4	35	87,50
7	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	29	72,50
8	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	32	80,00
9	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	34	85,00
10	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	34	85,00
11	4	4	3	4	2	3	3	4	3	3	33	82,50
12	3	2	3	3	4	3	3	4	3	2	30	75,00
13	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	36	90,00
14	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	31	77,50
15	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	36	90,00
16	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	31	77,50
17	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	35	87,50
18	3	4	4	3	2	4	3	3	4	2	32	80,00
19	4	2	4	4	4	3	4	3	4	2	34	85,00
20	4	2	3	3	4	3	4	4	3	2	32	80,00
21	4	4	3	3	2	3	4	4	3	4	34	85,00
22	4	2	4	4	3	3	3	4	4	2	33	82,50
23	3	2	4	4	3	3	3	4	3	4	33	82,50
24	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	35	87,50
25	3	2	4	3	2	4	3	3	4	2	30	75,00
26	3	2	3	4	2	3	4	4	4	4	33	82,50
27	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	36	90,00
28	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	35	87,50
29	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	35	87,50
30	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37	92,50
Rata-rata												83,58

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Skor akhir perhitungan uji *usability* dengan menggunakan metode SUS adalah pada skor 83,58, yang berarti aplikasi mendapatkan penilaian Luas Biasa (*Excellent*) dari pengguna, sehingga disimpulkan aplikasi dapat diterima (*acceptable*) oleh pengguna.



1. Pengukuran User Experience E-KOlab

Semua fasilitas, fitur, aplikasi..dan informasi tersebut masuk dalam *User Experience* mulai dari..melihat bagaimana tampilan *web*, kelebihan serta kekurangannya. Cakupan.UX sangatlah luas, tidak bisa hanya berkaitan tentang isi atau tampilannya..saja.

Dengan sampel pengujian adalah 65 pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali, 30 orang pengurus IWAPI Bali (baik DPC/ Dewan Pimpinan Cabang maupun DPD/ Dewan Pimpinan Daerah), 30 orang pelaku calon pewaralaba, 30 orang pelaku calon konsinyor, dan 30 orang Calon pihak yang akan menawarkan kerjasama . Adapun parameter *User Experience* adalah sebagai berikut:

	1	2	3	4	5	6	7		
menyusahkan	○	○	○	○	○	○	○	menyenangkan	1
tak dapat dipahami	○	○	○	○	○	○	○	dapat dipahami	2
kreatif	○	○	○	○	○	○	○	monoton	3
mudah dipelajari	○	○	○	○	○	○	○	sulit dipelajari	4
bermanfaat	○	○	○	○	○	○	○	kurang bermanfaat	5
membosankan	○	○	○	○	○	○	○	mengasyikkan	6
tidak menarik	○	○	○	○	○	○	○	menarik	7
tak dapat diprediksi	○	○	○	○	○	○	○	dapat diprediksi	8
cepat	○	○	○	○	○	○	○	lambat	9
berdaya cipta	○	○	○	○	○	○	○	konvensional	10
menghalangi	○	○	○	○	○	○	○	mendukung	11
baik	○	○	○	○	○	○	○	buruk	12
rumit	○	○	○	○	○	○	○	sederhana	13
tidak disukai	○	○	○	○	○	○	○	menggemburkan	14
lazim	○	○	○	○	○	○	○	terdepan	15
tidak nyaman	○	○	○	○	○	○	○	nyaman	16
aman	○	○	○	○	○	○	○	tidak aman	17
memotivasi	○	○	○	○	○	○	○	tidak memotivasi	18
memenuhi ekspektasi	○	○	○	○	○	○	○	tidak memenuhi ekspektasi	19
tidak efisien	○	○	○	○	○	○	○	efisien	20
jelas	○	○	○	○	○	○	○	membingungkan	21
tidak praktis	○	○	○	○	○	○	○	praktis	22
terorganisasi	○	○	○	○	○	○	○	berantakan	23
atraktif	○	○	○	○	○	○	○	tidak atraktif	24
ramah pengguna	○	○	○	○	○	○	○	tidak ramah pengguna	25
konservatif	○	○	○	○	○	○	○	inovatif	26

Gambar IV. 13 Parameter Kuesioner UEQ

Adapun hasil pengukuran *User Experience* (UE) yang didapat dari kuesioner yang diberikan..pada responden pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali yang telah menggunakan *e-KOlab*: Berikut hasil pengukuran UEQ yang didapat dari kuesioner yang diberikan pada

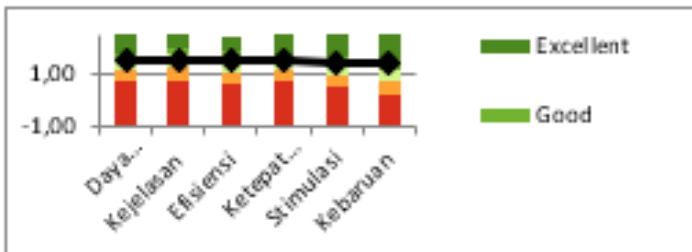
responden para pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali..yang telah menggunakan *e-KOlab*.

Tabel IV.16 Hasil Pengukuran UEQ pada Responden Para Pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali terhadap Penggunaan E-KOlab

Scale	Mean	Comparison to benchmark	Interpretation
Daya tarik	1,53	Above average	25% of results better, 50% of results worse
Kejelasan	1,51	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Efisiensi	1,50	Good	10% of results better, 75% of results worse
Ketenatan	1,53	Good	10% of results better, 75% of results worse
Stimulasi	1,44	Good	10% of results better, 75% of results worse
Kebaruan	1,41	Good	10% of results better, 75% of results worse

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Sedangkan grafiknya disajikan pada gambar 4.11 sebagai berikut:



Gambar IV.14 Grafik Kuesioner UEQ pada Responden Para Pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali terhadap Penggunaan E-KOlab

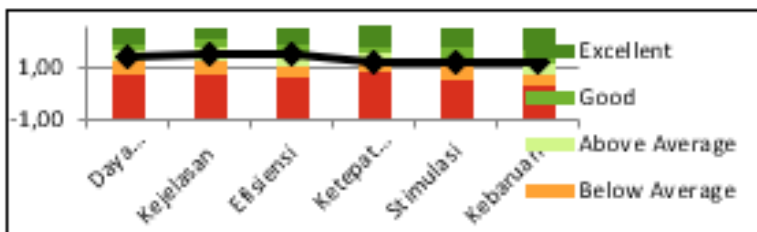
Berikut hasil pengukuran UEQ yang didapat dari kuesioner yang diberikan pada responden Pihak Pengurus IWAPI, Pekaralaba, Konsinyor, dan Calon Pihak yang akan Menawarkan Kerjasama:

Tabel IV.17 Hasil Pengukuran UEQ pada Responden Pihak Pengurus IWAPI, Pekaralaba, Konsinyor, dan Calon Pihak yang akan Menawarkan Kerjasama terhadap Penggunaan E-KOLab

Scale	Mean	Comparison to benchmark	Interpretation
Daya tarik	1,33	Above average	25% of results better, 50% of results worse
Kejelasan	1,51	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Efisiensi	1,43	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Ketepatan	1,16	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Stimulasi	1,21	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Kebaruan	1,13	Above Average	10% of results better, 75% of results worse

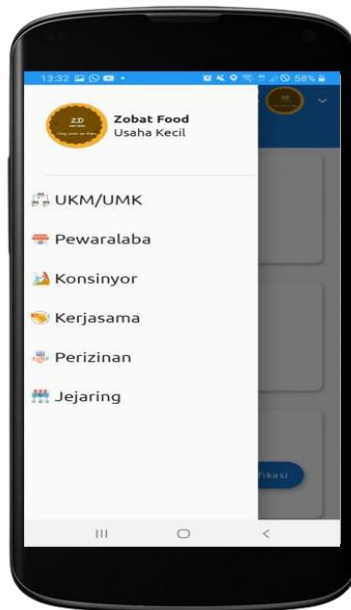
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Sedangkan grafiknya disajikan sebagai berikut:



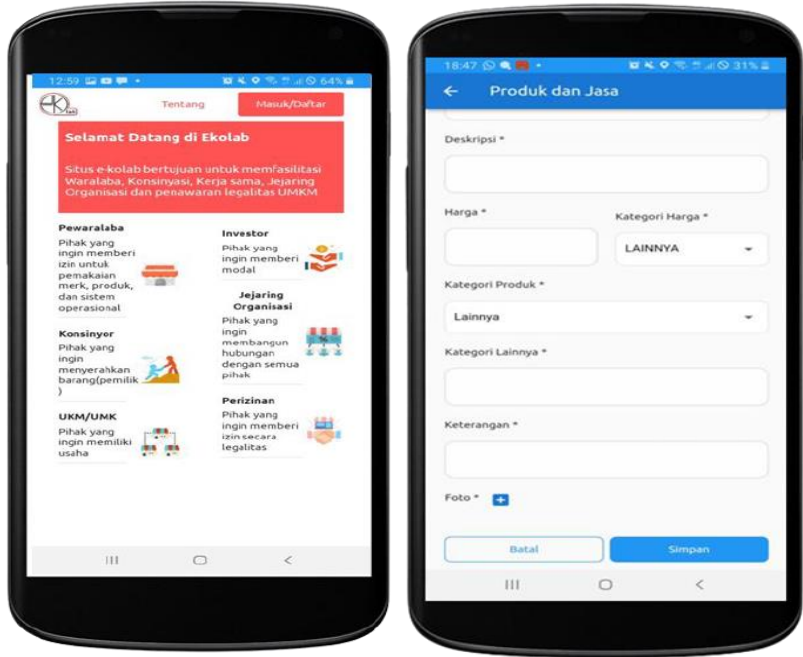
Gambar IV.15 Grafik Kuesioner UEQ pada Responden Pihak Pengurus IWAPI, Pekaralaba, Konsinyor, dan Calon Pihak yang akan Menawarkan Kerjasama terhadap Penggunaan E-KOLab

Berdasarkan grafik tersebut pada skala *attractiveness*, nilai rata-rata penggunaan *e-KOlab* yang dirasakan oleh para pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali sebesar 1.53 dan lebih tinggi dari nilai rata-rata yang dialami oleh Pihak Pengurus IWAPI, Pekaralaba, Konsinyor, dan Calon Pihak yang akan Menawarkan Kerjasama dengan hasil sebesar 1.33. Hal ini dikarenakan para pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali belum terbiasa saja menggunakan aplikasi selain marketplace sehingga *e-KOlab* memberikan daya tarik tersendiri yang belum pernah mereka dapatkan. Apalagi mereka terhubung langsung atau berkomunikasi dengan pihak-pihak mitra tanpa perantara dan unggah dokumen-dokumen untuk kelengkapan informasi dan penawaran kerjasama.



Gambar IV.16 Pihak-pihak yang terhubung langsung dengan para Pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali

Selanjutnya, untuk skala *perspicuity*, para pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali pengguna *e-KOlab* merasakan nilai rata-rata sebesar 1.51 sedangkan Pihak Pengurus IWAPI, Pewartalaba, Konsinyor, dan Calon Pihak yang akan Menawarkan Kerjasama pengguna *e-KOlab* merasakan nilai rata-rata yaitu sebesar 1.51. Kejelasan dalam navigasi menu ternyata memudahkan responden untuk menjelajah sistem *e-KOlab*. Navigasi menu menggunakan simbol *icon* dan teks dalam bentuk *tooltip* sehingga menjelaskan pengguna tujuan dari menu tersebut.

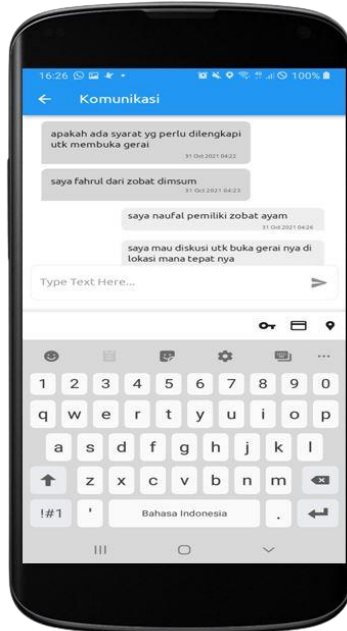


Gambar IV.17 Penggunaan *Icon* dan *Teks (Tooltips)* pada Navigasi

Untuk skala *efficiency*, para pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali pengguna *e-KOlab* merasakan nilai rata-rata sebesar 1.50 dan Pihak

Pengurus IWAPI, Pewaralaba, Konsinyor, dan Calon Pihak yang akan Menawarkan Kerjasama pengguna e-KOlab merasakan nilai rata-rata yang lebih rendah yaitu sebesar 1.43.

Proses ajuan penawaran dan atau penerimaan waralaba, konsinyasi, kerjasama, perizinan, dan jejaring dapat berjalan lebih efisien bagi banyak pihak di dalam ekosistem e-KOlab, karena memberikan kesempatan bagi pihak-pihak didalamnya untuk dapat berkomunikasi langsung.



Gambar IV.18 Komunikasi Langsung yang dapat dilakukan oleh Pelaku UMKM dengan Pihak Mitra

Kemudian, pada skala *dependability*, para pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali pengguna *e-KOlab* merasakan nilai rata-rata sebesar 1.53 sedangkan Pihak Pengurus IWAPI, Pewaralaba, Konsinyor, dan Calon Pihak yang akan Menawarkan Kerjasama pengguna *e-KOlab* merasakan nilai rata-rata lebih rendah yaitu sebesar 1.16. Aplikasi *e-KOlab* merupakan solusi yang tepat untuk bagi para pelaku UMKM untuk terhubung secara langsung dan cepat mengingat keterbatasan mereka untuk berinteraksi langsung dengan banyak pihak.

Selanjutnya pada skala *stimulation*, para pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali pengguna *e-KOlab* merasakan nilai rata-rata sebesar 1.44 sedangkan Pihak Pengurus IWAPI, Pewaralaba, Konsinyor, dan Calon Pihak yang akan Menawarkan Kerjasama merasakan nilai rata-rata lebih tinggi yaitu sebesar 1.21. Permintaan dan penawaran kerjasama bisnis yang terjadi dalam *e-KOlab* memberikan kesempatan bagi pihak-pihak yang berminat untuk mengajukan dan menerima tawaran dengan cepat, efisien, dan langsung tanpa perantara. Hal ini mengakibatkan pengaju dan penerima dapat bernegosiasi juga secara langsung sampai akhirnya keputusan “Deal” atau “No Deal”.

Untuk skala *novelty*, para pelaku UMKM Binaan IWAPI Bali pengguna *e-KOlab* merasakan nilai rata-rata sebesar 1.41 dan Pihak Pengurus IWAPI, Pewaralaba, Konsinyor, dan Calon Pihak yang akan Menawarkan Kerjasama pengguna *e-KOlab* merasakan nilai rata-rata lebih besar dengan nilai sebesar 1.13.

Bagi para pelaku UMKM, penggunaan aplikasi selain marketplace dan komunikasi langsung dengan calon mitra bisnis merupakan sebuah kondisi atau pengalaman baru yang mereka rasakan, sehingga mereka perlu meningkatkan percaya diri bahwa

usaha bisnis mereka layak untuk diminati dalam penawaran waralaba, konsinyasi, kerjasama dan perizinan serta jejaring.

Begitu juga dengan halnya dengan Pihak Pengurus IWAPI, Pekaralaba, Konsinyor, dan Calon Pihak yang akan Menawarkan Kerjasama, teknologi ini pun tidak mereka jumpai dan rasakan sebelumnya.

Aplikasi ini memberikan kesadaran bagi pihak-pihak yang terlibat untuk meningkatkan performa usaha bisnisnya agar dilirik/diminati oleh pihak lainnya untuk bekerjasama.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa *e-KOlab* memberikan impresi sedikit lebih tinggi bagi Pihak Pengurus IWAPI, Pekaralaba, Konsinyor, dan Calon Pihak yang akan Menawarkan Kerjasama dibandingkan dengan para pelaku UMKM Binaan.

Berdasarkan hasil perbandingan UEQ antara responden Pihak Pengurus IWAPI, Pekaralaba, Konsinyor, dan Calon Pihak yang akan Menawarkan Kerjasama dan para pelaku UMKM Binaan terhadap penggunaan *e-KOlab* didapatkan bahwa *e-KOlab* memberikan impresi sedikit lebih tinggi bagi pelaku UMKM Binaan dibandingkan dengan Pihak Pengurus IWAPI, Pekaralaba, Konsinyor, dan Calon Pihak yang akan Menawarkan Kerjasama.

Hasil rata-rata kuesioner UEQ pada seluruh pengguna sistem *e-KOlab* khusus dalam permintaan dan penawaran kerjasama bisnis menunjukkan bahwa aspek *stimulation* dan *novelty* dirasakan lebih tinggi dibandingkan dengan keempat aspek lainnya. Pada penelitian selanjutnya, proses pengujian terhadap responden uji sebaiknya dapat dilakukan secara bersamaan untuk mendapatkan hasil pengujian yang lebih optimal. Pada penelitian yang membutuhkan responden berbagai macam persona/segmen seperti dalam penelitian ini disarankan untuk melakukan pendekatan/persiapan

pra penelitian agar responden lebih leluasa menceritakan pengalaman interaksi dengan objek penelitian. Pengujian selanjutnya pun dapat dilakukan pada entitas lainnya yang terlibat dalam *e-KOlab* misalnya Dinas Koperasi dan UKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan lain sebagainya.



BAB V

APLIKASI E-KOLAB BERBASIS WEBISTE DAN ANDROID

Aplikasi ini dimanfaatkan untuk mempertemukan UMKM IWAPI Bali dengan mitra baik secara horizontal (sesama UMKM) dan secara vertikal (dengan perusahaan yang lebih mapan misal pewaralaba, konsinyor, kerja sama, jejaring organisasi dan pengurusan bantuan legalitas usaha). Mereka bisa berinteraksi dalam aplikasi ini dan bisa berlanjut melalui komunikasi melalui media sosial. Semua data terpantau oleh admin termasuk interaksi di antara mereka (horizontal dan vertikal). Admin yang dimaksudkan disini adalah Admin dari pengurus IWAPI, dimana akan bekerja melalui dashboard IWAPI yang sekaligus juga dapat digunakan oleh ketua-ketua DPC atau DPD serta pimpinan IWAPI dalam memonitoring perkembangan UMKM binaannya.

Aplikasi e-KOlab (Elektronik Konsinyasi, Waralaba, Jejaring Organisasi) ini berbasis website dengan link URL <http://ekolab.id/> dan android yang dapat diunduh di playstore.

A. Istilah-istilah yang digunakan dalam Aplikasi

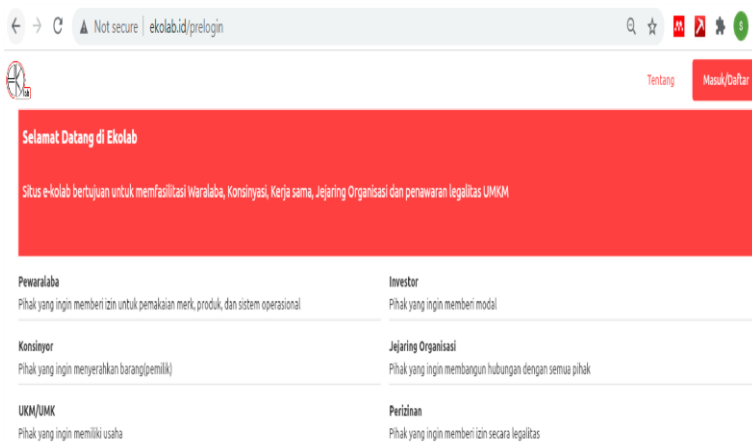
- UMKM : pihak yang mempunyai usaha kecil atau menengah
- Pewaralaba : pihak yang menawarkan waralaba/franchise suatu usaha dengan persyaratan tertentu
- Konsinyor : pihak yang menawarkan barang atau jasa dengan sistem konsinyasi (bayar beberapa waktu ke depan)
- Investor : pihak yang menawarkan kerja sama dalam bentuk modal, tempat usaha atau produk
- Jejaring : pihak yang menawarkan program-program yang mendukung hubungan antar UMKM dalam bentuk pelatihan, arisan, gathering, atau acara lain.

- Perizinan : pihak yang menawarkan bantuan pengurusan legalitas usaha dengan harga tertentu atau mungkin juga gratis tergantung jenis legalitas dan kesepakatan
- Admin : admin adalah pengurus IWAPI yang ditunjuk untuk admin dalam mengelola aplikasi e-KOlab.

B. Aplikasi E-KOlab Berbasis Website

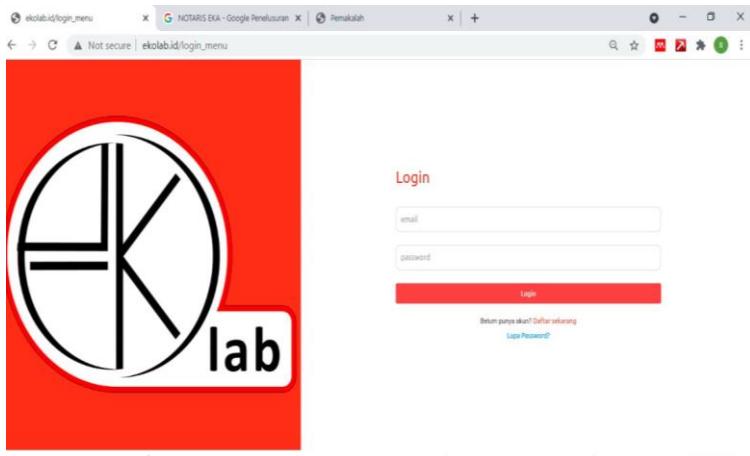
Ketikan ekolab.id di browser maka akan tampil aplikasi e-KOlab.

- Informasi awal tentang definisi istilah yang akan digunakan dalam aplikasi ini.
- Klik masuk/daftar, jika belum punya akun nanti harus mendaftar, jika sudah punya akun nanti akan login dengan input email dan password.



Gambar V.1 Tampilan Awal pada Web E-KOlab

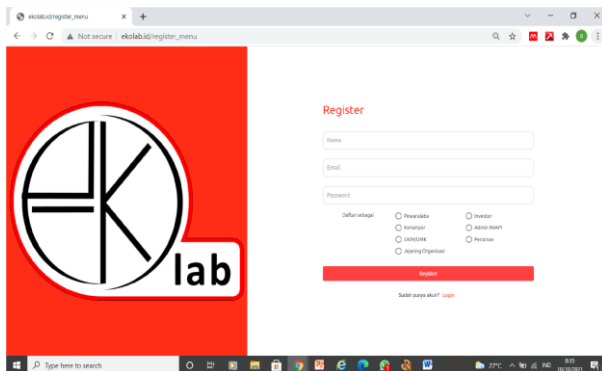
Gambar Tampilan untuk Masuk/Daftar, Login bagi yang sudah punya akun



Gambar V.2 Tampilan Menu Login pada Web E-KOlab

Jika belum punya akun, klik Daftar sekarang

- Isikan nama , email, password, klik register



Gambar V.3 Tampilan Menu Register pada Web E-KOlab

Klik Daftar Sekarang : membuat Akun bagi yang belum punya Akun

- Isi nama, email dan password (catat di kertas/hp) dan pilih jenis akun anda

Register

Nama

Email

Password

Daftar sebagai

Pewaralaba

Investor

Konsinyor

Admin IWAPI

UKM/UMK

Perizinan

Jejaring Organisasi

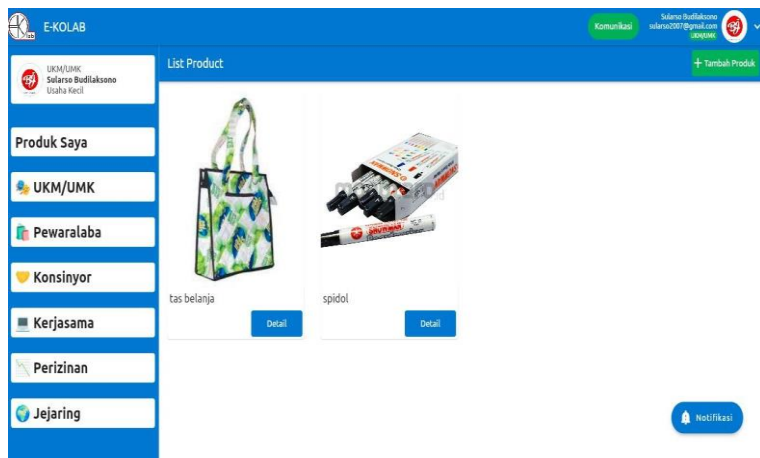
Register

Sudah punya akun? [Login](#)

Gambar V.4 Tampilan Menu Register yang telah dibuka pada Web E-KOlab

Tampilan Setelah Login sebagai UMKM

- Jika punya produk yang sudah di input akan seperti ini tampilannya



Gambar V.5 Tampilan Menu Produk yang telah di input pada Web E-Kolab

Lihat Pojok Kanan Atas

- Informasi yang tampil : Nama pengguna + nama email (akun) + jenis akunnya (misal sebagai UMKM) dan logo usaha
- Jika baru buat akun, info logo usaha masih kosong

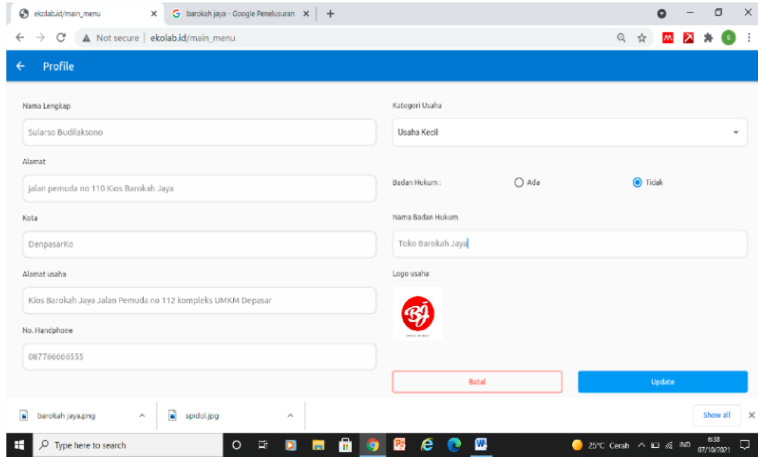


Gambar V.6 Tampilan Menu Logo Profile Akun pada Web E-Kolab

Klik di tengah Logo yang Kosong -> untuk Edit Profile Akun

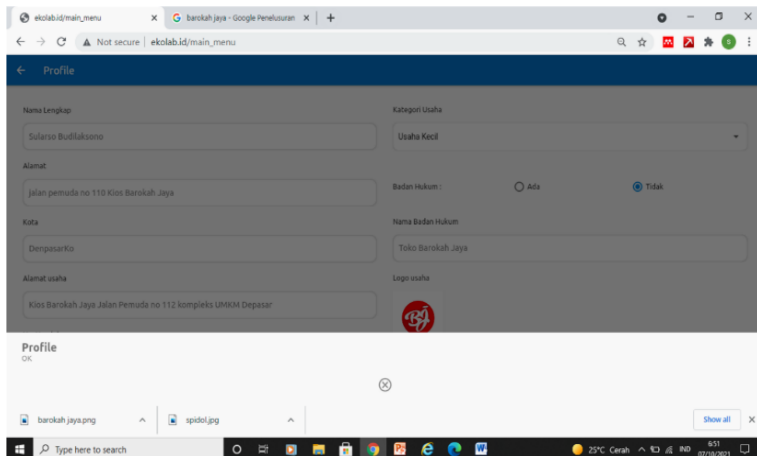
- Isikan dengan data-data yang benar

- Nama badan hukum diisi saja dengan nama usaha atau nama kios, klik tombol update



Gambar V.7 Tampilan Menu untuk mengedit Profile akun pada Web E-KOLab

Jika Muncul ini berarti sudah ok, Klik X



Gambar V.8 Tampilan Menu jika telah selesai mengedit Akun Profile pada Web E-KOLab



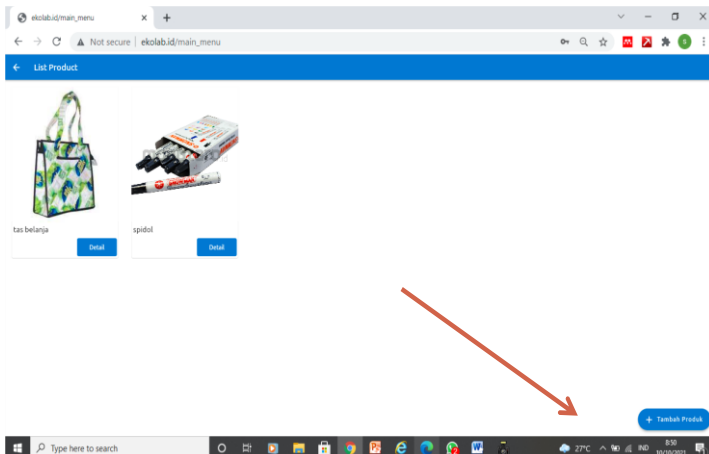


Gambar V.9 Tampilan Icon Refresh di Browser pada Web E-KOlab

Lihat di pojok kanan, logo belum muncul?

- Jika Klik icon refresh di browser
- Lihat apakah logo sudah muncul?
- Klik tombol panan bawah di samping logo
- Klik produk saya
- Isikan beberapa produk yang mewakili usaha anda untuk menggambar usaha anda, produk dilengkapi foto dan harga
- Foto produk boleh lebih dari satu

Jika belum ada produk, klik tambah produk (Pojok Bawah)



Gambar V.10 Tampilan Menu untuk menambah Produk UMKM pada Web E-KOlab

Isikan Informasi Produk dan Foto

- Isikan data produk dan foto (secukupnya saja) dan klik update

The screenshot shows a web browser window with the URL 'ekolab.id/main_menu'. The page title is 'Profile'. The form contains the following fields and options:

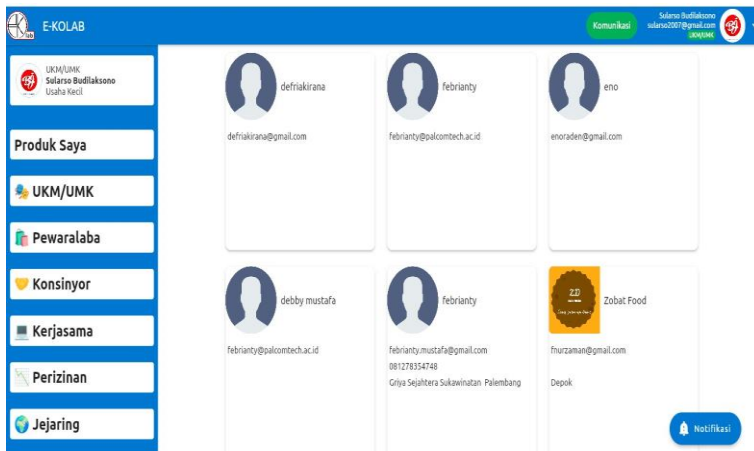
- Nama Lengkap:** sularso2@gmail.com
- Alamat:** (empty text input)
- kota:** (empty text input)
- Alamat usaha:** (empty text input)
- No. Handphone:** (empty text input)
- Kategori Usaha:** (dropdown menu)
- Badan Hukum:** Ada Tidak
- Nama Badan Hukum:** CV, Intelligi
- Logo usaha:** (button with '+')

At the bottom of the form, there are two buttons: 'Batal' (red) and 'update' (blue). The browser's taskbar at the bottom shows the Windows Start button, search bar, and several application icons. The system tray shows the date and time as 7:11 on 07/10/2021.

Gambar V.11 Tampilan Menu untuk memasukkan data barang pada Web E-KOLab

Tampilan Beranda, Klik Menu UKM/UMK

- Nantinya akan ditampilkan logo dan nama UMKM/kios atau toko (yang bukan UMKM anda)
- Nama UMKM bisa diklik untuk melihat produknya



Gambar V.12 Tampilan Menu Nama Pesaing UMKM yang telah mendaftar pada Web E-KOLab

Di Beranda

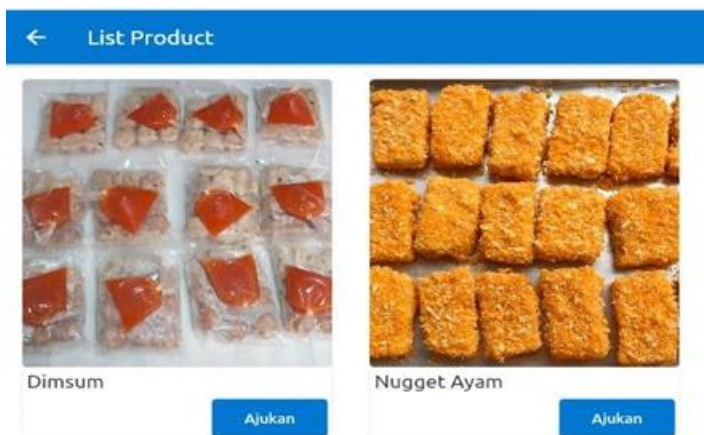
- Tampil semua UMKM yang ada
- Tampil semua yang menawarkan waralaba, konsinyor, kerjasama, jejaring organisasi dan perijinan (yang sudah input data)
- Nama Usahanya bisa diklik untuk melihat produknya sejauh produknya sudah diinput



Gambar V.13 Tampilan Menu Beranda untuk semua Fasilitas UMKM pada Web E-KOLab

Contoh : Klik Zobat Food

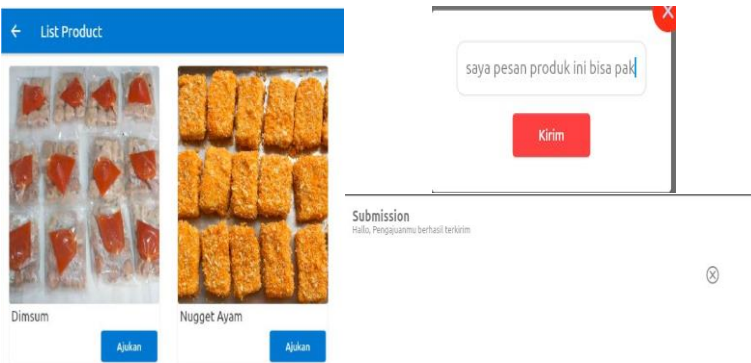
- Contoh bawa mouse ke zobat food, klik saja di nama zobat food



Gambar V.14 Tampilan Menu UMKM Zobat Food pada Web E-KOLab

Ajukan Komunikasi Antar UMKM

- Klik tombol ajukan dari produk suatu UMKM, misal salah satu produk dari Zobat food, muncul tampilan sbb : pesan akan terkirim, klik X (ditengah) untuk kembali



Gambar V.15 Tampilan Menu untuk Mengajukan Pemesanan produk pada Zobat Food pada Web E-KOlab

Klik Pewaralaba, Pilih Salah Satu Pewaralaba, Klik Ajukan

- Isikan di Kotal keterangan, dan tanggal dipilih tanggal sekarang, dan tambahkan dokumen yang anda miliki sebagai pendukung ajuan tawaran ini
- Klik Ajukan jika anda berminat, isian anda akan terbaca di akun Pewaralaba



Gambar V.16 Tampilan Icon Profil Pewaralaba untuk Mengajukan Pemesanan produk pada Web E-KOlab

Contoh Melamar Tawaran suatu Waralaba

- Isikan keterangan selengkap mungkin tentang maksud anda, usaha anda, dan keterangan yang lain supaya lamaran anda terhadap waralaba ini diterima, pilih tanggal sekarang dan upload dokumen pendukung yang diperlukan

← Pengajuan Waralaba

Judul Usahanya Waralaba: bakso daging rasa joss

Tanggal Pelaksanaan: 18 October 2021

Persyaratan: 1. punya karyawan 2 sudah pernah buka usaha kuliner sejenis

Dokumen Pendukung: [Upload Icon]

Keterangan: Saya mengajukan untuk waralaba ini tertampir dokumen pendukung usahas aya

Batal Ajukan

Gambar V.17 Tampilan Menu untuk Mengajukan Tawaran suatu Waralaba pada Web E-KOlab

Info Detail Rekanan Yang Lain

- Klik detail dari konsinyor, kerjasama, jejaring dan perijinan
- Intinya sama dengan tawaran pewaralaba
- Isikan data yang bisa diisi, lengkapi dengan dokumen pendukung usaha anda, klik ajukan
- Semua informasi dari yang anda isikan serta dokumen akan terbaca di akun yang memberikan tawaran

Contoh Ajuan UMKM Ke Pewaralaba

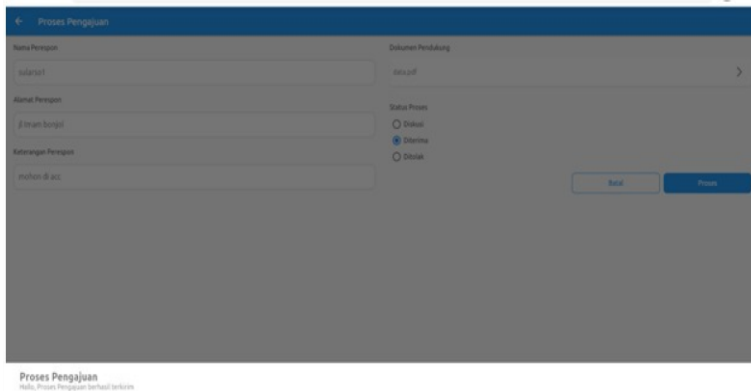
- Contoh : UMKM zobat food mengajukan / merespon tawaran waralaba yang ditawarkan oleh Bakso Pak Eko
- Zobat food login di akunnya, klik menu pewaralaba, cari dan klik Bakso Pak Eko, klik ajukan, isi keterangan, tanggal dan unggah dokumen yang diperlukan, klik ajukan



Gambar V.18 Tampilan Menu dalam Mengajukan/Merespon Tawaran suatu Waralaba pada Web E-KOlab

Bakso Pak Eko Merespon Ajuan

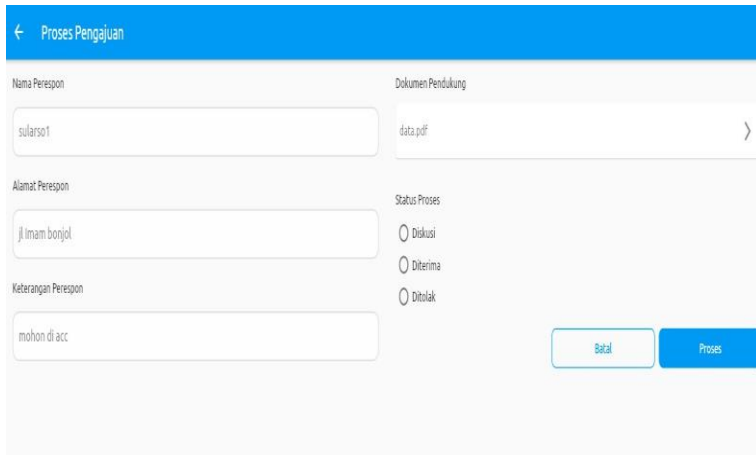
- Login sebagai akun pewaralaba Bakso pak Eko
- Klik notifikasi
- Lihat ajuan dari Zobat food



Gambar V.19 Tampilan Menu Login untuk Memproses Pengajuan Tawaran suatu Waralaba pada Web E-KOLab

Lihat Ajuan dari zobat Food

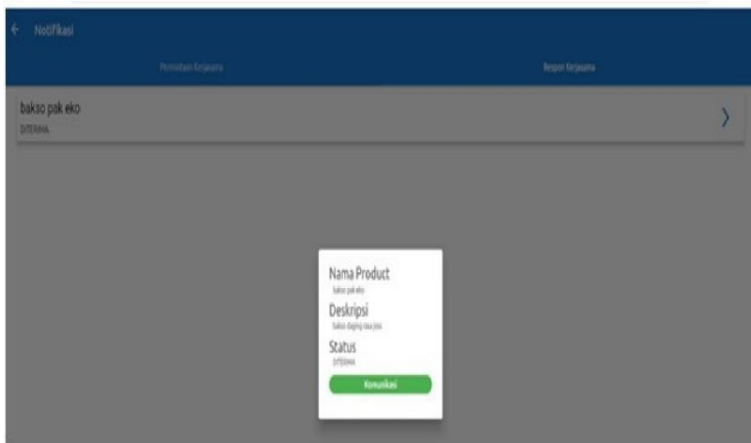
- Lihat ajuan yang ada dari Zobat food, klik >, akan muncul detail ajuan dari Zobat food
- Buka file lampiran dulu untuk dipelajari
- Pilih status : diskusi, diterima atau ditolak
- Klik Tombol Proses, misal status diterima, klik Proses



Gambar V.20 Tampilan Menu untuk Memproses Pengajuan Tawaran suatu Waralaba pada Web E-KOLab

Muncul Status di Akun Zobat Food

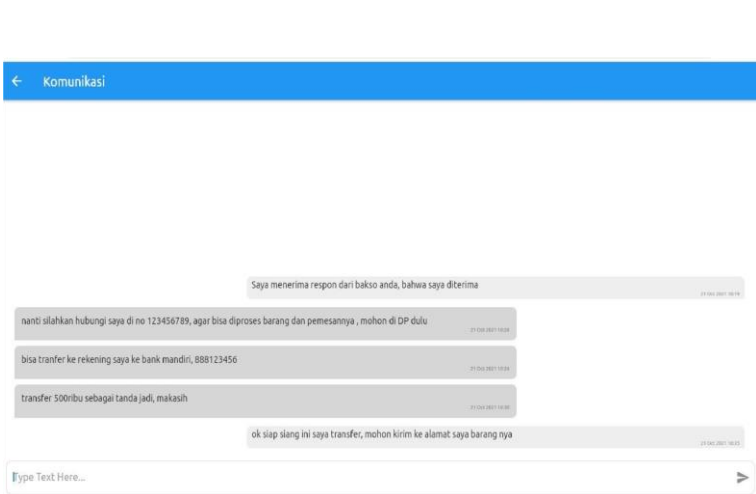
- Status Diterima



Gambar V.21 Tampilan Menu jika Status Pengajuan telah diterima pada Web E-KOLab

Zobat Food Berkomunikasi dengan Bakso Pak Eko

- Klik tombol komunikasi, Zobat food akan berkomunikasi dengan Bakso Pak Eko



Gambar V.22 Tampilan Menu untuk Berkomunikasi chat atas telah diterimanya proses pengajuan pada Web E-KOlab

C. Aplikasi e-KOlab Berbasis Android

Tampilan Layar Awal di layar HP untuk Icon Aplikasi E-KOlab

- Unduh pada Playstore Aplikasi E-KOlab
- Lau jika sudah di Install akan keluar pada tampilan layar Aplikasi E-KOlab



Gambar V.23 Tampilan Awal Icon Aplikasi E-KOlab

Buka Aplikasi E-KOlab yang sudah di Install di HP Android lalu akan muncul,

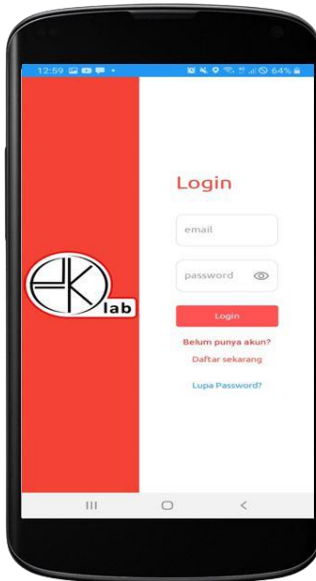
- Informasi awal tentang Definisi Istilah Fasilitas yang akan digunakan dalam Aplikasi ini
- Klik Masuk/Daftar, jika belum punya akun akan nanti harus mendaftar, jika sudah punya akun nanti akan login dengan input email dan password.



Gambar V.24 Tampilan Awal Aplikasi atau Beranda Aplikasi E-KOLab

Gambar Tampilan untuk Masuk/Daftar,

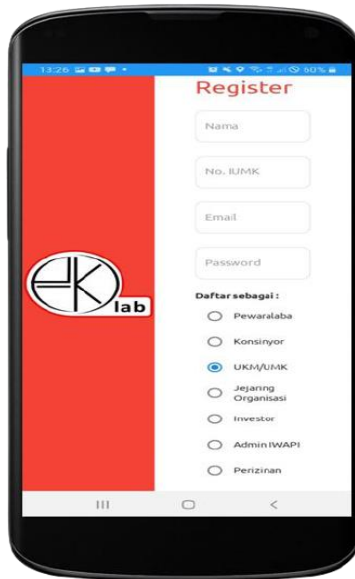
- Login bagi yang sudah punya akun yang berisi email dan password.
- Jika belum punya akun silahkan klik daftar sekarang.



Gambar V.25 Tampilan Menu Login pada Aplikasi E-KOlab

Klik Daftar Sekarang, Dan akan masuk pada menu Register

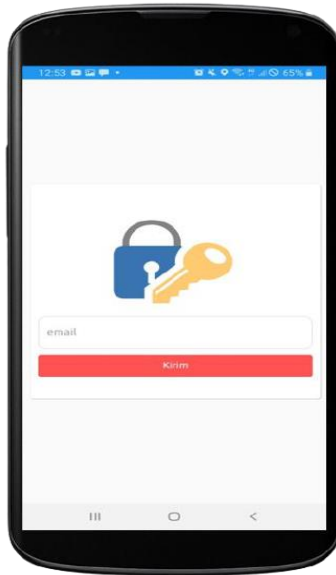
- Masukkan Nama , No. IUMK, Email, dan Password
- Lalu pilih Daftar sebagai apa Seperti contoh dibawah untuk klik UMK/UKM
- Lalu klik OK



Gambar V.26 Tampilan Menu Register untuk Daftar Sebagai UKM/UMK Pada Aplikasi E-KOlab

Tampilan jika anda Lupa Passoword saat sudah punya akun

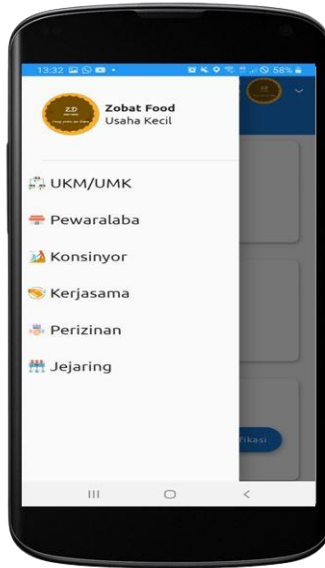
- Masukkan email yang pernah terdaftar saat register
- Lalu akan menerima pesan dari email anda untuk kode OTP nya
- Akan terhubung dengan Email yang Aktif



Gambar V.27 Tampilan Menu jika kita lupa Password Pada Aplikasi E-KOlab

Di Beranda

- Tampil semua UMKM yang ada
- Tampil semua yang menawarkan waralaba, konsinyor, kerjasama, jejaring organisasi dan perijinan (yang sudah input data)
- Nama Usahanya bisa diklik untuk melihat produknya sejauh produknya sudah diinput



Gambar V.29 Tampilan Menu Beranda untuk semua Fasilitas UMKM Pada Aplikasi E-KOLab

Tampilan Beranda, Klik Menu UKM/UMK

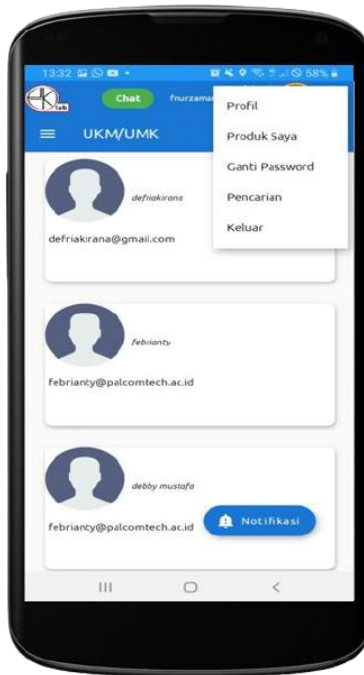
- Nantinya akan ditampilkan logo dan nama UMKM/kios atau toko (yang bukan UMKM anda)
- Nama UMKM bisa diklik untuk melihat produknya



Gambar V.30 Tampilan Menu UKM/UMK Yang telah mendaftar Pada Aplikasi E-KOLab

Tampilan UKM/UMK, Klik Menu Profil pada titik 3 di anan Atas

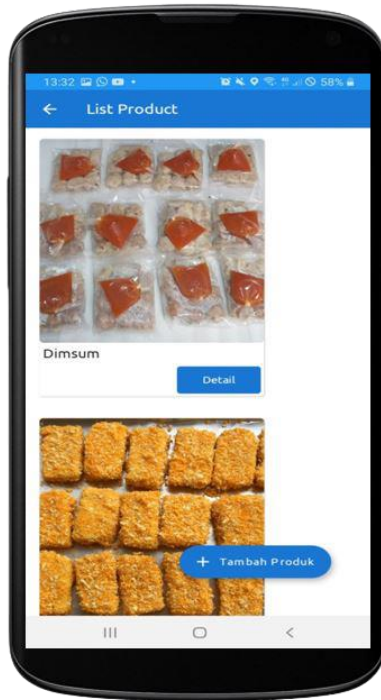
- untuk mengedit Profil anda
- Nantinya akan ditampilkan logo dan nama UMKM/kios atau toko (yang bukan UMKM anda)
- Nama UMKM bisa diklik untuk melihat produknya



Gambar V.31 Tampilan Menu Profil UKM/UMK Pada Aplikasi E-KOlab

Tampilan Untuk Menu Produk Saya akan Muncul seperti List Produk yang telah tersedia,

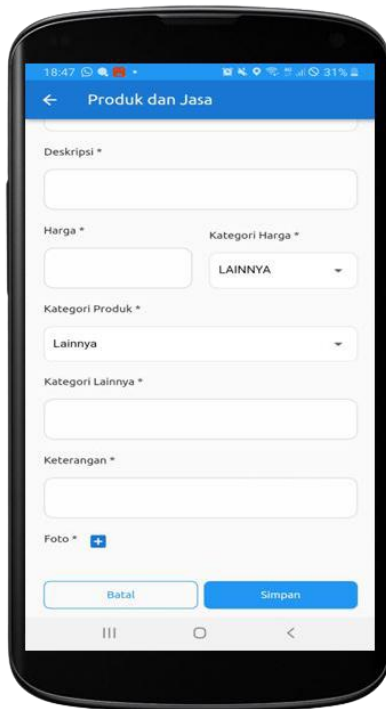
- Klik produk saya
- Isikan beberapa produk yang mewakili usaha anda untuk menggambar usaha anda, produk dilengkapi foto dan harga
- Foto produk boleh lebih dari satu



Gambar V.32 Tampilan Menu List Produk Pada Aplikasi E-KOlab

Tampilan Untuk Menu untuk Tambah Produk

- Isikan Informasi Produk dan Foto
- Isikan data produk mulai dari (Deskripsi,Harga,Kategori Harga, kategori Produk, Keterangan)
- Kemudian masukkan foto (secukupnya saja) dan klik Simpan

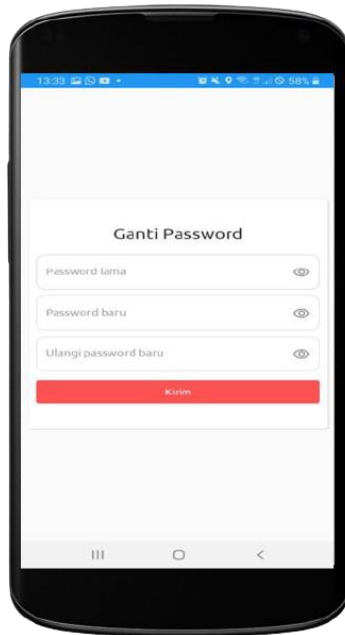


Gambar V.33 Tampilan Menu untuk Menambah Produk UMKM Baru Pada Aplikasi E-KOLAB

Tampilan untuk Mengganti Password

- Klik pada Password Lama , lalu masukkan Password Lama
- Lanjut Pada password baru yang ingin diganti dan diingat
- Dan ulangi password baru, lalu klik Kirim dan akan masuk di email anda untuk Konfirmasi perubahan Password

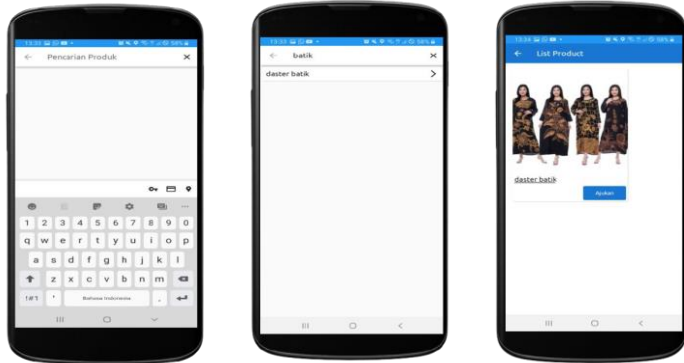




Gambar V.34 Tampilan Menu untuk Mengganti Password Baru pada Aplikasi E-KOLab

Tampilan Menu Pencairan Produk pada UMK/UKM Lain

- Klik pada atas sekali untuk tulisan Pencarian Produk
- Lalu klik apa produk yang akan dicari, misalnya Baju Batik
- Dan jika ada akan muncul Produk Baju Batik dari UKM Lain yang ingin diajukan/Dibeli



Gambar V.35 Tampilan Menu Pencarian Produk Pada Aplikasi E-KOlab

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan Penelitian

Sistem E-KOlab (Elektronik Konsinyasi, Waralaba, Jejaring Organisasi) ini telah memberi Dukungan ekonomi kreatif yang menjunjung tinggi kearifan lokal dengan konsep “Pang PadePayu” atau dengan kata lain bekerjasama dalam “win-win solution” diharapkan mampu sebagai sinergi antara kelembagaan, pemodal, pelaku UKM, maupun pasar dengan tujuan dalam penelitian ini adalah: Untuk mempertemukan antara kelembagaan, pemodal, pelaku UMKM dan pasar melalui digitalisasi atau aplikasi, Untuk memetakan potensi dan kapasitas masyarakat desa wisata /adat melalui digitalisasi, serta Pengembangan aplikasi yang mudah untuk mendorong UMKM Wanita Bali beroperasi dari lokal dengan kualitas global di tengah literasi penerapan digital.

IWAPI sebagai wadah atau organisasi yang menaungi UMKM di Indonesia dalam hal ini memiliki peran penting dalam membantu mensukseskan program pemerintah guna peningkatan ekonomi rakyat. Dari mayoritas anggota IWAPI, sejumlah 30.000 yang tersebar diseluruh Indonesia adalah pengusaha kecil - menengah yang bergerak dalam bidang usaha kreatif merupakan tonggak para pengusaha Indonesia dalam mengokohkan basis usaha kecil-menengah dengan fokus kepada kinerja terkait peningkatan SDM melalui pendampingan Perluasan Jaringan Pemasaran dan masuk ekosistem digitalisasi yang dapat menjadikan UMKM *scale up*

Inovasi e-KOlab ini bukanlah marketplace akan tetapi aplikasi kolaborasi, dimana sudah saatnya UMKM pun mempertimbangan untuk kolaborasi dalam pengembangan usaha bisnis. Luaran riset ini adalah menerapkan Strategi Digitalisasi Konsinyasi, Waralaba, dan Jejaring Kemitraan Melalui Pembangunan dan Implementasi Aplikasi e-KOlab (Elektronik Konsinyasi, Waralaba, Jejaring Organisasi) yang menghubungkan UMKM binaan IWAPI dengan banyak pihak yang dapat mendukung pengembangan usahanya secara lebih cepat karena terhubung dengan banyak pihak/bermitra dengan banyak pihak. Aplikasi e-KOlab ini berbasis website dan android.



DAFTAR PUSTAKA

- Ada. (2009). SMEs' e-commerce adoption: perspectives from Denmark and Australia. *Journal of Enterprise Information Management, 22*, 152–162.
- BALITBANG. (2021). *PERKEMBANGAN UMKM DI BALI PADA ERA PANDEMI*. Diambil kembali dari [balitbang.bulelengkab.go.id](https://balitbang.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/27-perkembangan-umkm-di-bali-pada-era-pandemi):
<https://balitbang.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/27-perkembangan-umkm-di-bali-pada-era-pandemi>
- Brooke, J. (2013). SUS : A Retrospective. *Journal of Usability Studies, 8*(2), 29–40.
- Deperindag. (2007). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomer 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Jakarta.
- Dhae, A. (2021). *Bisnis Kuliner dan Hiburan di Bali Akan Melejit Setelah Pandemi*. Diambil kembali dari [mediaindonesia.com](https://mediaindonesia.com/nusantara/392086/bisnis-kuliner-dan-hiburan-di-bali-akan-melejit-setelah-pandemi):
<https://mediaindonesia.com/nusantara/392086/bisnis-kuliner-dan-hiburan-di-bali-akan-melejit-setelah-pandemi>
- Dinas Koperasi Denpasar. (2021). *UKM Binaan Dinas Koperasi*. Diambil kembali dari ukmdiskop.denpasarkota.go.id:
<http://ukmdiskop.denpasarkota.go.id/>
- Febrianty, F. & Divianto, D. (2017). The Influence Of Entrepreneurial Action Group On The SMEs Performance Through Internalization Of Quadruple Helix Innovation Role. *Biotika, 2*(5).
- Febrianty, F., Divianto, D., Hidayat, R., Fatmariansi, F., & Rohana, T. (2019). The perception on technology acceptance to the behaviors on the use of social media

for marketing and its implications on the turnover of creative industry MSMEs in villages. *ournal of Physics: Conference Series*, Volume 1175, conference 1.

- Gregorius Tahu, I. W. (2019). Pemberdayaan Usaha Desa Melalui Pengembangan Ekonomi Kerakyatan Mandiri Sebagai Badan Usaha Milik Desa. *Jurnal Abdi Saraswati (JAS)* (hal. Volume 1 Nomor). <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/JAS/article/view/281>.
- Hadiwijaya, H. &. (2018). HE INFLUENCE OF ABSORTIVE CAPACITY AND KNOWLEGDE SHARING ON WOMEN-OWNED SMEs. *International Journal of Scientific and Research Publications*, Volume 8, Issue 6, June 2018, ISSN 2250-3153.
- I Nengah Suardhika dan Ni Kadek Suryani. (2016). Strategic Role of Entrepreneurial Marketing and Customer Relation Marketing To Improve Competitive Advantage in Small and Medium Enterprises in Bali Indonesia. *International Journal of Management and Commerce Innovations* (hal. Vol 4 Issue 1). <http://www.researchpublish.com/journal/IJMCI/Issue-1-April-2016-September-2016/15>.
- IWAPI, W. (2021, Oktober 23). *Pengertian IWAPI*. Diambil kembali dari <http://iwapi.id/>: <http://iwapi.id/>
- Jacob, J. (2011). Comparing Agile Xp And Waterfall Software Development Processes In Two Startup Companies. Chalmers University of Technology.
- Karyawati, G. (2009). *Akuntansi Keuangan Lanjutan*. Jakarta: Erlangga.
- Keina. (2021, March 20). *Extrame Programming*. Diambil kembali dari



- com/2013/12/13/metodologiextremeprogramming:
<https://keinatrallala.wordpress>
- Kemendag. (2016). Diambil kembali dari
[\(http://www.kemendag.go.id/, 2016\).](http://www.kemendag.go.id/)
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI.
 (2021). *Pengertian UMKM*. Diambil kembali dari
[umkm.depkop.go.id: http://umkm.depkop.go.id/](http://umkm.depkop.go.id)
- Korsgaard, S., Hunt, R., Townsend, D., & Ingstrup, M. (2020).
 COVID-19 and the importance of space in
 entrepreneurship research and policy. *International
 Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, Vol
 0(0): 1-14. Diambil kembali dari *International Small
 Business Journal: Researching Entrepreneurship*.
- Manolova, T., Brush, C., Edelman, C., & Elam, A. (2020).
 Pivoting to stay the course: How women entrepreneurs
 take advantage of opportunities created by the COVID-
 19 pandemic. *International Small Business Journal:
 Researching Entrepreneurship*, Vol 38(6): 481-491.
- Maxfield, S., Shapiro, M., Gupta, V., & Hass, S. (2010).
 Gender and risk: Women, risk taking and risk aversion.
Gender in Management: An International Journal, Vol 25
 (7): 596-604.
- Rasti R. (2020). *UMKM Souvenir Bali Manfaatkan Platform Online
 untuk Bertahan Saat Pandemi*. Diambil kembali dari
[mnews.co.id:](https://mnews.co.id)
[https://mnews.co.id/read/fokus/umkm-souvenir-
 bali-manfaatkan-platform-online-untuk-bertahan-saat-
 pandemi/](https://mnews.co.id/read/fokus/umkm-souvenir-bali-manfaatkan-platform-online-untuk-bertahan-saat-pandemi/)
- Setiawan, P. (2016). *UMKM Bali Didominasi Kerajinan, Kuliner,
 dan Busana*. Diambil kembali dari
[www.news.beritabali.com:](http://www.news.beritabali.com)

<https://www.news.beritabali.com/read/2016/07/29/201607290004/umkm-bali-didominasi-kerajinan-kuliner-dan-busana>

Wibawanti, N. (2009). *Peluang Laba di Bisnis Franchise*. Diambil kembali dari Info Bank News. Com.: <https://www.usability.gov/how-to-andtools/methods/system-usability-scale.html>



GLOSARIUM

- Admin** : Orang yang bertugas untuk mengurus hal-hal administrasi. Dalam dunia Internet, seorang administrator bertugas untuk mengelola hal-hal yang berhubungan dengan komputer.
- Android** : Sistem operasi berbasis Linux yang dirancang untuk perangkat bergerak layar sentuh seperti telepon pintar dan komputer tablet.
- Aplikasi** : Perangkat lunak yang menggabungkan beberapa fitur tertentu dengan cara yang dapat diakses oleh pengguna
- Binaan** : memiliki banyak arti, yg merupakan hasil membina. Arti lainnya dari binaan adalah yang dibina. Contoh: Para Pelaku UMKM bali itu merupakan binaan pemerintah daerah
- Elektronik** : Alat yang dibuat berdasarkan prinsip elektronika serta hal atau benda yang menggunakan alat tersebut
- Digitalisasi** : Merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan proses alih media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Digitisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen bentuk digital, untuk fungsi fotokopi, dan untuk membuat koleksi perpustakaan digital. Digitisasi memerlukan

peralatan seperti komputer, scanner, operator media sumber dan software pendukung

Grafik PIE : Sebuah grafik statistik berbentuk lingkaran yang dibagi menjadi irisan-irisan untuk menggambarkan proporsi numerik.

Icon : Antarmuka grafik di sebuah data yang digambarkan sebagai program komputer atau berkas komputer dalam pengelola sebuah sistem operasi.

Implementasi : Tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu Ikon oleh gambar kecil yang Implementasi pejabat-pejabat, kelompok-kelompok atau pemerintah atau swasta yang diarahkan pada terciptanya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan.

IWAPI : (Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia) merupakan salah satu wadah kesatuan wanita pengusaha di Indonesia, Organisasi ini semula bernama IPWI (Ikatan Pengusaha Wanita Indonesia), secara resmi dibentuk pada tanggal 10 Februari 1975, di Jakarta atas Prakarsa dua orang wanita pengusaha, yakni Kemala Motik Amongpradja dan Dewi Motik Pramono bersama beberapa pengusaha lainnya

Jejaring Sosial : Suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang dijalin dengan satu atau

lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dll.

Konsinyasi : Tindakan memberikan suatu barang kepada pihak lain untuk dijual kepada pembeli yang belum dipastikan keberadaannya.

Link : sebuah acuan dalam dokumen hiperteks ke dokumen yang lain atau sumber lain.

Menu : Yaitu Daftar perintah-perintah suatu perangkat lunak (program) yang apabila dieksekusi akan menjalankan suatu perintah tertentu dari aplikasi. Menu digunakan sebagai alternatif dari antarmuka baris perintah

Metode : Berarti pengejaran pengetahuan, penyelidikan, cara penuntutan penyelidikan, atau sistem semacam itu. Dalam beberapa abad terakhir ini lebih sering berarti proses yang ditentukan untuk menyelesaikan tugas.

Organisasi : Merupakan wadah atau tempat berkumpulnya orang dengan 3 sistematis, terpimpin, terkendali, terencana, rasional dalam memanfaatkan segala sumber daya baik dengan metode, material, lingkungan dan uang serta sarana dan prasarana, dan lain sebagainya dengan efisien dan efektif untuk bisa mencapai tujuan organisasi

Profil : Atau bisa disebut Halaman pengguna harus dimanfaatkan untuk berkomunikasi dan

kolaborasi. Meskipun ada kelonggaran yang diperbolehkan dalam mempersonalisasi dan mengelola halaman pengguna Anda, halaman tersebut adalah halaman proyek komunitas, bukan situs web pribadi, blog, atau media jejaring sosial.

Rekapitulasi : Ringkasan isi atau ikhtisar pada akhir laporan atau akhir hitungan dan pembuatan rincian data yang bercampur aduk menurut kelompok utama

UEQ : Berikut adalah alat atau kuesioner yang mudah dan efisien untuk mengukur User Experience (UX).

UKM : Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu kepada jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

UMKM : Bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil.

Sektor : Merupakan sebuah pembagian daerah administratif yang lazim dipakai di berbagai negara

State of the Art : Atau Keadaan Seni yaitu Mengacu pada tingkat tertinggi perkembangan umum, sebagai perangkat, teknik, atau bidang ilmiah yang dicapai pada waktu tertentu. Namun, dalam

beberapa konteks, ini juga dapat merujuk pada tingkat perkembangan yang dicapai pada waktu tertentu sebagai hasil dari metodologi umum yang digunakan pada saat itu.

Waralaba : atau disebut Franchise yang aslinya berarti hak atau kebebasan adalah hak-hak untuk menjual suatu produk atau jasa maupun layanan. Berdasarkan perundang-undangan di Indonesia, waralaba adalah perikatan yang salah satu pihaknya diberikan hak memanfaatkan dan atau menggunakan hak dari kekayaan intelektual atau penemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan jasa.

Website : Sekumpulan halaman. web yang saling berhubungan yang umumnya berada pada peladen yang sama berisikan kumpulan informasi yang disediakan secara perorangan, kelompok, atau organisasi

BIODATA SINGKAT PENULIS



DR. Farida, SE, MM. lahir di Klaten tanggal 3 Desember 1971 adalah dosen di Universitas Persada Indonesia YAI, Jakarta pada Program Doktorat Ilmu Manajemen. Penulis lulus dari S1 Manajemen Keuangan Universitas Diponegoro tahun 1995, dan menyelesaikan S2 dari UPI YAI pada tahun 2004. Tahun 2015 penulis menyelesaikan S3 di Prodi Ilmu Perencanaan Pembangunan Wilayah dan Pedesaan di IPB dengan fokus disertasi pada UMKM dan KUR. Sebagai dosen yang sudah dijalani hampir 15 tahun, Penulis banyak melakukan penelitian dan menulis karya ilmiah dengan bidang minat pada ekonomi keuangan dan keuangan mikro (microfinance).



Dr. Sularso Budilaksono, M.Kom. lahir di Semarang, 29 Mei 1966. Menyelesaikan pendidikan di S1 Ilmu Komputer UGM pada tahun 1990, S2 di Magister Komputer Universitas Indonesia pada tahun 1999, dan S3 di Teknologi Pendidikan di Universitas Negeri Jakarta pada tahun 2008. Saat ini menjadi dosen di Program Studi Sistem Informasi/Teknik Informatika Universitas Persada Indonesia YAI. Banyak lulusan yang telah dibimbingnya dan banyak karya ilmiah yang telah dihasilkan. Pada rentang 2014-2021 beberapa kali menang hibah kompetisi penelitian dan pengabdian masyarakat yang telah dimenangkan. Saat ini menjabat sebagai Direktur LPPM Universitas Persada Indonesia YAI dan aktif mengadakan workshop/webinar selama masa pandemi.



DR. Febrianty, S.E., M.Si. merupakan Dosen PNSD pada Politeknik PalComTech pada Program Studi Akuntansi. Penulis kelahiran Palembang tanggal 13 Februari 1980. Penulis tamatan tahun 2001 dari S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Keuangan Universitas Sriwijaya. Selanjutnya tamatan tahun 2004 dari S2 Pascasarjana Ilmu Ekonomi Universitas Sriwijaya dan tamatan tahun 2016 dari program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Sriwijaya. Dunia mengajar telah digeluti oleh penulis selama hampir 18 tahun. Penulis telah menghasilkan banyak karya buku dan publikasi dengan fokus perhatian pada Bidang Kewirausahaan dan Penerapan Teknologi Informasi di bisnis dan UKM.



Dr. Ni Kadek Suryani, SE, SIKom, MM. memiliki latar belakang seorang praktisi yang telah berpengalaman lebih dari dua puluh tahun bekerja di berbagai bidang usaha perusahaan asing di Bali. Pernah beberapa kali mengikuti manajemen training dan internship pada bidang manajemen sumber daya

manusia di Australia dan Belanda. Menyelesaikan pendidikan S2 dan S3 jurusan Manajemen Sumber Daya Manusia dan saat ini berprofesi sebagai konsultan bidang Manajemen serta sebagai pengajar pada program studi Bisnis Digital, Institut Desain dan Bisnis Bali.

Aktif sebagai narasumber offline dan webinar pada topic manajemen dan melakukan penelitian serta menulis buku bidang Manajemen Sumber Daya Manusia.



Dr. A.A.A. Ngr. Tini Rusmini Gorda, SH., MM., MH. merupakan Dosen ASN di FHIS UNDIKNAS Denpasar pada program studi Ilmu Hukum. Penulis kelahiran Denpasar pada tanggal 31 Desember 1967. Penulis merupakan tamatan tahun 1990 dari S1 Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial UNDIKNAS Denpasar, Kemudian melanjutkan S2 tamatan tahun 2010 Pascasarjana Ilmu Hukum Universitas Mahendradatta dan menyelesaikan Program Doktor Ilmu Hukum tahun 2013 Universitas Brawijaya Malang. Dunia mengajar telah digeluti oleh penulis selama 31 tahun.

Penulis telah menghasilkan banyak karya buku dan publikasi dengan focus perhatian pada Bidang Perlindungan Anak dan Pemberdayaan Perempuan.

