

**PERBAIKAN MODEL BISNIS PROGRAM GANDENG GENDONG
PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA MENGGUNAKAN METODE *SERVICE-
DOMINANT BUSINESS MODEL RADAR (SDBM/R)***

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri**



Nama : Muchamad Nurudduja Al Kautsar

No. Mahasiswa : 14522445

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2021

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini tidak mengandung karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.
2. Informasi dan materi skripsi yang terkait hak milik, hak intelektual, dan paten merupakan milik bersama antara tiga pihak yaitu penulis, dosen pembimbing dan Universitas Islam Indonesia. Dalam hal penggunaan informasi dan materi Skripsi terkait paten maka akan didiskusikan lebih lanjut untuk mendapatkan persetujuan dari ketiga pihak tersebut di atas.

Yogyakarta, 29 Agustus 2021



Muchamad Nurudduja Al Kautsar

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

**PERBAIKAN MODEL BISNIS PROGRAM GANDENG GENDONG
PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA MENGGUNAKAN METODE *SERVICE-
DOMINANT BUSINESS MODEL RADAR (SDBM/R)***

TUGAS AKHIR

Nama : Muchamad Nurudduja Al Kautsar
No. Mahasiswa : 14522445
Program Studi : Teknik Industri

Yogyakarta, 29 Agustus 2021

Telah disetujui oleh
Dosen Pembimbing



Bambang Suratno, S.T., M.T., Ph.D.



LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**PERBAIKAN MODEL BISNIS PROGRAM GANDENG GENDONG
PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA MENGGUNAKAN METODE *SERVICE-
DOMINANT BUSINESS MODEL RADAR (SDBM/R)***

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh : Muchamad Nurudduja Al Kautsar

No. Mahasiswa : 14522445

Telah dipertahankan di depan sidang pengujian sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 31 Agustus 2021

Tim Penguji

Bambang Suratno, S.T., M.T., Ph.D.

Ketua

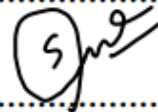
Harwati, S.T., M.T.

Anggota 1

Wahyudhi Sutrisno, S.T., M.M.

Anggota 2





Mengetahui

Ketua Program Studi Teknik Industri

Universitas Islam Indonesia



Dr. Taufiq Immawan, S.T., M.M.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas telah selesainya tugas akhir ini dengan baik dan lancar. Tugas akhir ini sepenuhnya saya persembahkan kepada:

Orang Tua

yang tanpa henti mendukung dan mendoakan saya dalam segala hal yang saya lakukan.



HALAMAN MOTTO

"Allah melapangkan rezeki dan membatasinya bagi siapa yang Dia kehendaki. Mereka bergembira dengan kehidupan dunia, padahal kehidupan dunia hanyalah kesenangan (yang sedikit) dibanding kehidupan akhirat." (QS. Ar-Ra'd: 26)



KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah subhanahu wa ta'ala yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya kepada kita, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk bisa menempuh ujian sarjana teknik pada Fakultas Teknologi Industri (FTI) Program Studi Teknik Industri di Universitas Islam Indonesia. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam. Di dalam pengerjaan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, di sini penulis sampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo M.T., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Taufiq Immawan S.T., M.M., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Bambang Suratno, S.T., M.T., Ph. D., selaku Dosen Pembimbing tugas akhir ini yang telah membantu, mendampingi, serta memberikan banyak masukan di tugas akhir ini.
4. Orang tua tercinta, Bapak Purwadi dan Ibu Ludfi Zuchalia, yang selalu mendoakan dan mendukung penulis terhadap segala hal yang penulis lakukan.
5. Kedua adik saya Khisan Antazula dan Muchamad Musamma Al Haikal, yang selalu memberikan dukungan semangat..
6. Mohamad Fajar Farid Amrulloh, yang telah memberikan dorongan, dan membantu begitu banyak penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
7. Rekan-rekan AnSaSi, rekan-rekan Luarnalar, rekan-rekan Bucin Syari'ah, dan rekan-rekan Yukimedia yang tanpa henti mengingatkan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Teman-teman Angkatan 2014 Jurusan Teknik Industri, yang menemani dan mendukung kegiatan kuliah dari awal hingga akhir.

Yogyakarta, 29 Agustus 2021

Muchamad Nurudduja Al Kautsar



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model bisnis *existing* Program Gandeng Gendong Pemerintah Kota Yogyakarta dan memberikan usulan perbaikan model bisnisnya menggunakan metode *Service Dominant Business Model/Radar* atau SDBM/R. Metode SDBM/R ini adalah alat untuk mendesain dan menganalisis model bisnis dari sudut pandang jaringan nilai atau layanan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masih ada kekurangan pada model bisnis *existing* Program Gandeng Gendong Pemerintah Kota Yogyakarta, sehingga diberikanlah usulan perbaikan model bisnis yang didesain menggunakan metode SDBM/R. Hasil usulan perbaikan model bisnis ini mampu memodelkan bisnis Program Gandeng Gendong dengan lebih baik karena dapat mengisi dan memperbaiki bagian-bagian yang belum terdeskripsikan di model bisnis *existing*.

Kata Kunci: SDBM/R, BMC, Model Bisnis, *existing*, Perbaikan



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.5.2 Manfaat Praktis.....	4
BAB II KAJIAN LITERATUR	5
2.1 Pengertian Bisnis.....	5
2.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	5
2.3 Pengertian Service-Dominant Business Model/Radar (SDBM/R)	7
BAB III METODE PENELITIAN	9
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	9
3.2 Objek Penelitian	9

3.3 Jenis Penelitian	9
3.4 Pendekatan Penelitian.....	10
3.5 Jenis Data Penelitian	10
3.6 Alur Penelitian.....	11
3.7 Teknik Pengumpulan Data	11
3.8 Teknik Analisis Data	12
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	13
4.2 Bentuk dan Makna Logo Gandeng Gendong	13
4.3 Prinsip Pelaksanaan Program Gandeng Gendong	15
4.4 Visi dan Misi Program Gandeng Gendong	15
4.4 Model Bisnis <i>existing</i> Program Gandeng Gendong Pemerintah Kota Yogyakarta	18
4.5 Usulan Perbaikan Model Bisnis Program Gandeng Gendong dengan SDBM/R	19
BAB V PEMBAHASAN	23
5.1 Pembahasan Usulan Perbaikan Model Bisnis Program Gandeng Gendong dengan SDBM/R	23
BAB VI PENUTUP.....	25
6.1 Kesimpulan.....	25
6.2 Saran.....	25
DAFTAR PUSTAKA.....	27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Template SDBM/R.....	8
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	11
Gambar 4.1 Logo Gandeng Gendong.....	13
Gambar 4.2 Hubungan 5K dalam Gandeng Gendong.....	18
Gambar 4.3 Model Bisnis <i>existing</i> Program Gandeng Gendong dengan SDBM/R....	19
Gambar 4.4 Model Bisnis Program Gandeng Gendong dengan SDBM/R	21



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia. Dengan adanya sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pun telah terbukti menjadi pilar perekonomian yang tangguh (Kementerian Keuangan, 2015). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan vital dalam perekonomian. Merujuk data BPS 2014, jumlah UMKM memberikan kontribusi terhadap kesempatan kerja sebesar 96,99 persen, dan terhadap pembentukan PDB sebesar 60,34 persen. Ini menjadikan Indonesia dengan jumlah UMKM terbanyak di dunia (Andry, 2016). Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) harus menjadi bagian yang diprioritaskan oleh pemerintah dalam setiap perencanaan pembangunan perekonomian di Indonesia.

Salah satu program Pemerintah Kota Yogyakarta untuk memberdayakan pelaku UMKM adalah Program Gandeng Gendong. Program Gandeng Gendong ini sudah dijalankan sejak tahun 2018 dan akan terus dilakukan sampai tahun 2022. Tujuan utama dari Program Gandeng Gendong adalah mengajak seluruh elemen masyarakat untuk saling bergotong-royong membantu warga lain yang masih mengalami kesulitan dalam berbagai aspek kehidupan, terutama warga miskin agar lebih sejahtera (Admin Warta, 2018). Wakil Walikota Pemerintah Kota Yogyakarta, Heroe Poerwadi menyebutkan bahwa pelaksanaan Program Gandeng Gendong melibatkan lima komponen yang saling bersinergi, yaitu Kampung, Kampus, Komunitas, Korporat dan Pemerintah Kota Yogyakarta. Program ini diawali dengan “gendong”, yaitu pihak pemerintah mengarahkan, mendampingi, serta membantu pelaku usaha agar dapat berjalan dan berkembang. Ketika pelaku usaha dapat

berjalan mandiri dan mulai berkembang, kemudian mereka akan “digandeng” sebagai rekan pemerintah kota.

Dalam perkembangannya, selama dua tahun berjalan (2018-2020), Program Gandeng Gendong dinilai belum berjalan optimal dan mencapai stagnasi sehingga tidak terpenuhi tujuan dari program tersebut. Sebagian besar pelaku usaha masih tidak dapat beranjak dari posisi “gendong” dan belum dapat “digandeng”. Artinya, mayoritas masih memerlukan bantuan dari pemerintah dan belum dapat dijadikan sebagai rekan kerja sama oleh pemerintah kota (Sutrisno, E., 2020). Wakil Wali Kota Pemerintah Kota Yogyakarta, Heroe Purwadi menuturkan hasil diskusi dengan pelaku usaha terkait stagnasi Program Gandeng Gendong dan sejumlah pekerjaan rumah yang harus segera diselesaikan di antaranya banyak kelompok yang tidak siap jika menerima pesanan dadakan sedangkan rapat tidak bisa ditunda, kemampuan masing-masing kelompok pelaku usaha dalam pembuatan makanan dan pengemasan makanan belum memenuhi standar. Selain itu, terdapat sejumlah persoalan internal kelompok, seperti banyak anggota kelompok tidak aktif, ada juga kelompok yang anggotanya sendiri tidak mengetahui saat sedang menerima banyak orderan. Sedangkan berdasarkan sudut pandang dari kelompok pelaku UMKM, stagnasi Program Gandeng Gendong disebabkan masih rendahnya jumlah pesanan konsumsi dari OPD (Organisasi Perangkat Daerah), pesanan yang diberikan antarkelompok tidak merata, dan aplikasi sebagai alat transaksi belum berjalan secara optimal (Subarkah, L., 2019). Di sisi lain, pembayaran pesanan makanan biasanya baru dilakukan sekitar satu pekan sejak pembelian, sehingga pelaku usaha harus menutup biaya pesanan (Rusqiyati, E.A., 2019).

Atas dasar permasalahan stagnasi yang membuat tujuan dari Program Gandeng Gendong belum tercapai, model bisnis Program Gandeng Gendong akan dicoba untuk digambarkan dan dipetakan menggunakan *Service-Dominant Business Model Radar* (SDBM/R) dengan mengevaluasi satu demi satu elemen-elemen kunci untuk mengetahui bagian apa yang kurang tepat, sehingga tujuan Program Gandeng Gendong yang dijalankan Pemerintah Kota Yogyakarta, yaitu kemandirian pelaku UMKM itu sendiri, dapat terpenuhi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis *existing* Program Gandeng Gendong Pemerintah Kota Yogyakarta yang didesain dengan SDBM/R?
2. Bagaimana usulan perbaikan model bisnis Program Gandeng Gendong Pemerintah Kota Yogyakarta yang didesain dengan SDMB/R?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang ada, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui model bisnis *existing* Program Gandeng Gendong Pemerintah Kota Yogyakarta yang didesain dengan SDBM/R
2. Memberikan usulan perbaikan model bisnis Program Gandeng Gendong Pemerintah Kota Yogyakarta yang didesain dengan SDBM/R

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan secara daring dan terbatas pada Program Gandeng Gendong Pemerintah Kota Yogyakarta.
2. Penelitian ini hanya sampai pada tahap penilaian atau evaluasi, tidak sampai implementasi langsung kepada pelaku UMKM Program Gandeng Gendong Pemerintah Kota Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung pada Program Gandeng Gendong Pemerintah Kota Yogyakarta. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

1. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pembaharuan model bisnis yang terus berkembang sesuai dengan tuntutan zaman dan sesuai dengan kebutuhan perkembangan bisnis.
2. Memberikan sumbangan ilmiah dalam ilmu teknik industri, yaitu membuat inovasi pengembangan SDBM/R pada program pemerintah untuk UMKM.
3. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengembangan SDBM/R serta menjadi bahan kajian lanjutan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang cara pengembangan SDBM/R Program Gandeng Gendong Pemerintah Kota Yogyakarta.
2. Bagi Pelaku UMKM Program Gandeng Gendong
Dapat mendorong berjalannya program gandeng-gendong dengan lebih baik

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Pengertian Bisnis

Kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*. Menurut Dun Steinhoff (1993), bisnis merupakan seluruh aktivitas yang mencakup pengadaan barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen.

Sedangkan Menurut Hughes dan Kapoor (2010), bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang diorganisasi untuk menghasilkan atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

2.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Berdasarkan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM yang dikutip dari www.depkop.go.id memiliki beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengertian-pengertian UMKM tersebut adalah:

1. Usaha Mikro

Kriteria kelompok Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini: a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil

Kriteria Usaha Kecil adalah 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: a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah

Kriteria 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: a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah), atau b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah) Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintah seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk mendefinisikan kriteria skala usaha. Misalnya, menurut BPS, Usaha Mikro Indonesia (UMI) adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang; Usaha Kecil (UK) antara 5 hingga 19 pekerja; Usaha Menengah (UM) dari 20 hingga 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori Usaha Besar (UB).

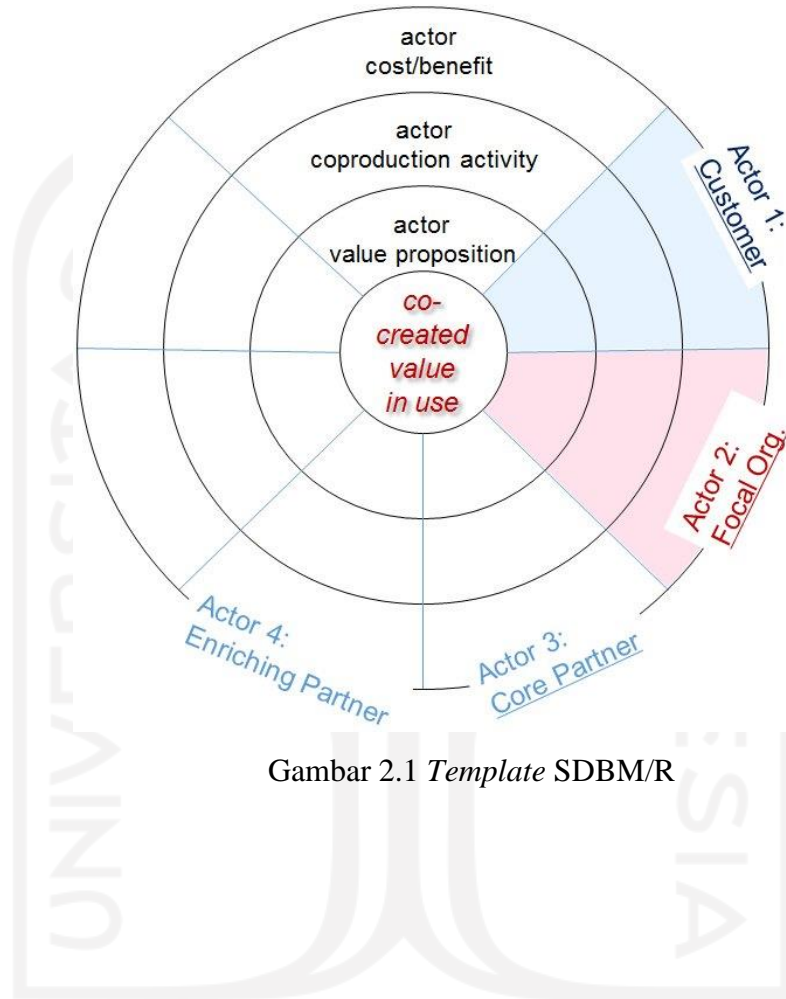
2.3 Pengertian Service-Dominant Business Model/Radar (SDBM/R)

Menurut Egon Lüftenegger (2014), SDBMR adalah alat untuk mendesain dan menganalisis model bisnis dari sudut pandang jaringan nilai atau layanan. Sudut pandang jaringan nilai ini berbeda dari sudut pandang rantai nilai yang diambil oleh Business Model Canvas karena lebih menunjukkan keterkaitan masing-masing elemennya.

Turetken dan Grefen (2017) menjelaskan bahwa pengembangan versi awal SDBM/R dapat menggunakan desain model bisnis yang sudah ada. Utamanya, dengan membandingkan antara *Business Model Canvas (BMC)* (Osterwalder & Pigneur, 2010) dan kerangka berpikir berbasis layanan (Lüftenegger, 2014).

BMC dipilih sebagai basis karena relevansi dan kedekatannya dengan praktisi bisnis atau ahli. Meski begitu, BMC adalah model bisnis yang berpusat pada perusahaan dan menekankan pada penggambaran hubungan rantai nilai dibanding perspektif nilai itu sendiri pada sebuah jaringan. BMC mengidentifikasi pemasok dan klien di masing-masing sisi rantai nilai, juga peran masing-masing dalam menghasilkan biaya dan laba untuk organisasi focal atau perusahaannya. Di sisi lain, sebuah jaringan yang berpusat pada layanan, lebih berfokus pada kolaborasi di tiap level jaringan aktor-aktor yang terlibat. Karena itulah, SDBM/R dikonsepsikan sebagai kumpulan aktor-aktor yang berbeda-beda seperti perusahaan, organisasi, dan pelanggan, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan yang sama, seperti *value co-creation* (penciptaan nilai bersama). Tiap entitas ini bisa dipandang sebagai aktor sosial ekonomi yang dihubungkan melalui *value propositions* (proposisi nilai). Tiap aktor punya peran aktif dalam bisnis modelnya melalui *co-production activities* (aktivitas menghasilkan bersama).

Elemen-elemen yang saling terkait tersebut dapat digambarkan dalam *template* SDBM/R berikut ini:



Gambar 2.1 *Template* SDBM/R

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan secara daring dengan objek Instansi Pemerintah Kota Yogyakarta yang terletak di Jl. Kenari No.56, Muja Muju, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55165. Penelitian dilakukan pada bulan Maret-Mei 2021.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah penyelenggara Program Gandeng Gendong yakni Pemerintah Kota Yogyakarta serta tiga sampel pelaku UMKM yang mengikuti Program Gandeng Gendong.

3.3 Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Indrawati (2015) penelitian deskriptif dilakukan ketika peneliti sudah mengetahui faktor atau variabel untuk mengukur suatu objek atau bidang tetapi belum mengetahui hubungan antara faktor atau variabel tersebut. Pada penelitian ini peneliti menggambarkan faktor atau variabel yang sedang diteliti tanpa melakukan tes hubungan atau pengaruh antara faktor dan variabel penelitian. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik dari suatu grup yang diteliti. Peneliti akan mengkonstruksikan hasil wawancara dengan objek penelitian sehingga mendapatkan gambaran yang jelas terkait analisis strategi Program Gandeng Gendong Pemerintah Kota Yogyakarta.

3.4 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode ini membantu peneliti mendapatkan data yang relevan dengan pertanyaan yang diajukan. Menurut Cresswel (1998) penelitian studi kasus adalah penelitian dengan penempatan objek penelitian sebagai “kasus”. Namun batasan objek yang akan disebut sebagai “kasus” masih selalu diperdebatkan banyak ahli.

3.5 Jenis Data Penelitian

Jenis data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pihak yang berkaitan secara langsung, di antaranya penyelenggara Program Gandeng Gendong dan pelaku UMKM yang terdaftar dalam Program Gandeng Gendong. Data sekunder diperoleh dari hasil penelusuran berita dan di internet.

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan yang didapat dari informan melalui wawancara, selebihnya adalah tambahan seperti dokumen dan lain lain. Untuk mendapatkan data dan informasi maka informan dalam penelitian ini ditentukan secara sengaja di mana informan telah ditetapkan sebelumnya. Informan merupakan orang-orang yang terlibat atau mengalami proses pelaksanaan dan perumusan program di lokasi penelitian (Moleong, 2005). Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh dan untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi sumber data. Menurut Arikunto (2006) ada tiga jenis sumber data yaitu:

1. Orang (*Person*)

Merupakan tempat dimana peneliti bertanya mengenai variabel yang diteliti.

2. Kertas (*Paper*)

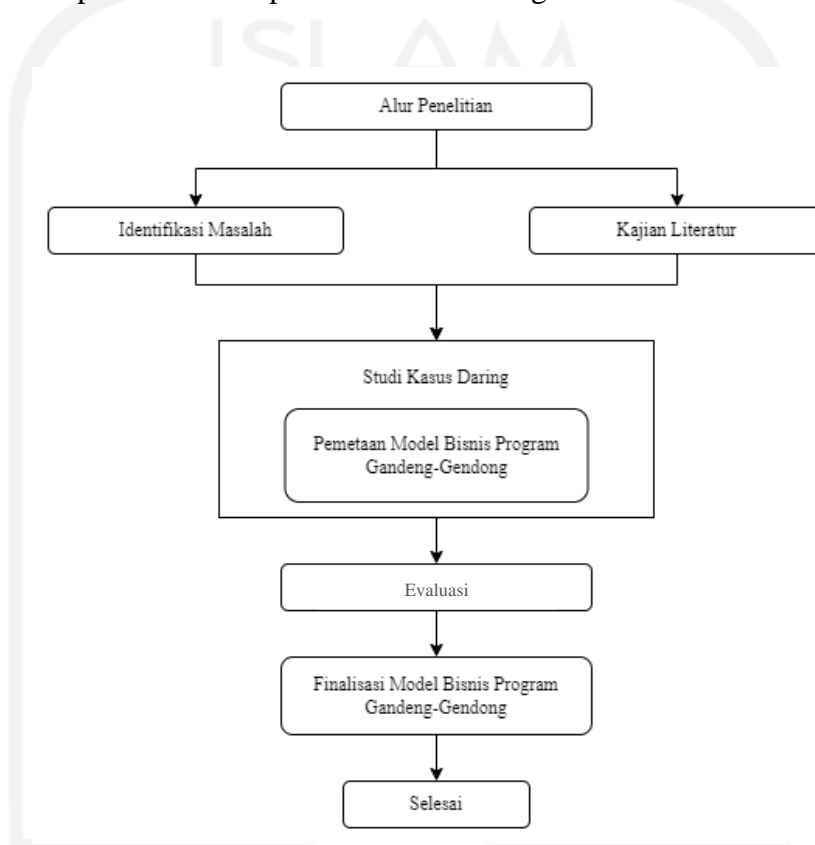
Tempat peneliti membaca dan mempelajari segala yang berhubungan dengan penelitian, seperti arsip, angka, gambar, dokumen-dokumen, simbol-simbol, dan lain sebagainya.

3. Tempat (*Place*)

Tempat berlangsungnya kegiatan yang berhubungan dengan penelitian.

3.6 Alur Penelitian

Tahapan atau alur penelitian dari penelitian ini sesuai gambar berikut:



Gambar 3.1 Alur Penelitian

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu observasi dan dokumentasi.

1. Observasi

Teknik observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya terkait objek penelitian, baik melalui media sosial, berita,

ataupun melalui internet. Informasi yang diambil meliputi profil, perkembangan, permasalahan atau kendala yang dihadapi Program Gandeng Gendong serta pandangan masyarakat dan pelaku usaha terhadap Program Gandeng Gendong (Purhantara. 2010).

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah dokumen, baik berupa tulisan, gambar, ataupun hasil karya yang digunakan sebagai bukti bahwa suatu peristiwa telah terjadi. Dokumentasi dapat menjadi bukti hasil penelitian berupa observasi dan wawancara pernah dilakukan. Dokumentasi didapatkan dari pihak yang bersangkutan dan berkaitan dengan penelitian (Sugiyono, 2012).

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu analisis deskriptif, *within case analysis* dan *cross case analysis*. Pertama, analisis deskriptif mayoritas berbentuk teks yang bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai konteks penelitian. Analisis berfungsi untuk memposisikan penelitian dalam setting suatu objek sehingga analisis ini biasanya dilakukan secara terpisah untuk masing-masing kasus. Kedua, *within case analysis* dilakukan untuk mengidentifikasi jawaban pertanyaan penelitian dari setiap sampel. Analisis ini dilakukan berdasarkan analisis deskriptif yang telah dilakukan sebelumnya. Ketiga, *cross case analysis* yang dilakukan dengan menggabungkan hasil *within case analysis* dari masing-masing kasus (Eisenhardt 1989). Analisis lebih lanjut dapat dilakukan dengan cara membandingkan hasil temuan dari masing-masing sampel untuk kemudian diidentifikasi pola-pola untuk dapat dilakukan generalisasi (Eisenhardt 1989; Yin 2013; Yin 2014).

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Profil Program Gandeng Gendong

Program Gandeng Gendong merupakan kelanjutan dari visi “Segoro Amarto” Pemerintah Kota Yogyakarta yang diluncurkan pada 2010. Filosofinya, *segoro* atau laut adalah muara limpasan segala macam air dari daratan, dan itu menggambarkan kondisi masyarakat yang beragam dan membuat secara dinamis dalam satu wadah. *segoro* adalah simbol masyarakat yang transformatif. adapun *amarto* (amarta) merujuk pada negara Pandawa dengan tata kelola yang jujur, adil, cerdas dan memiliki watak kepemimpinan transformatif. dengan begitu Segoro Amarto merupakan visi Jogja menjadi kota cerdas yang terus bergerak menuju masyarakat yang transformatif. Implementasi secara praktis dijabarkan dalam konsep *smart city* pada dimensi *smart society*. Gandeng Gendong merupakan tindakan konkret dari *smart city* dan *smart society*. Dalam program ini ada inovasi yang ditujukan mengoptimalkan potensi kearifan lokal sebagai upaya percepatan pengentasan kemiskinan. Konsep ini membawa Pemkot Yogyakarta bersinergi dan bekerja sama dengan seluruh *stakeholder*. Hasil yang sudah dapat dirasakan adalah selama tiga tahun terakhir Kota Yogyakarta berhasil menekan angka kemiskinannya. Pada 2017 persentase penduduk miskin 7,64 persen, lalu 2018 sebesar 6,98 persen dan menjadi 6,84 persen pada 2019.

4.2 Bentuk dan Makna Logo Gandeng Gendong



Gambar 4.1 Logo Gandeng Gendong

Menurut Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 23 Tahun 2018, makna logo Gandeng Gendong adalah sebagai berikut:

1. Logo Gandeng Gendong menggambarkan sebuah proses yang dinamis. Gambar logo merupakan penggambaran individu yang sedang menggandeng individu yang lain untuk menuju kepada tujuan tertentu dengan memberi perlindungan sekaligus bimbingan. Gambar Logo juga menunjukkan bahwa dalam proses menggandeng tersebut dilakukan dengan bersahabat, terbuka, dan penuh semangat membangun sesuatu yang baru dengan tujuan yang baik.
2. Kedua individu tersebut membawa sebuah gentong yang di dalamnya terdapat tulisan “GaGe”. Gentong sebagai tempat atau wadah air merupakan representasi dari sebuah sumber pengharapan dari kebutuhan dasar manusia. Melalui Program Gandeng Gendong diharapkan mampu membawa secara bersama-sama dan memfungsikan sumber mata air tersebut dengan sebaik-baiknya melalui potensi-potensi yang dimiliki oleh *stakeholder* pembangunan.
3. Semua hal yang disampaikan di atas berada dalam satu kesatuan yang utuh yang ditandai dengan lingkaran yang melingkupi logogram. Lingkaran tersebut juga melambangkan kebulatan tekad yang menyatu dengan gerak langkah menuju tujuan yang sama. Lingkaran juga menyiratkan sebuah kebersamaan dalam langkah untuk menuju kepada tujuan yang lebih baik.
4. Semua makna tersebut didukung dengan tulisan logo yang memberikan kesan kuat namun luwes. Dalam keluwesan tersebut tersirat ketangguhan dan kekokohan.
5. Warna Logo Gandeng Gendong menggunakan dua warna dengan teknik blok. Warna blok ini diterapkan pada gambar logo maupun tulisan logo.
6. Warna Hijau (baik hijau tua maupun hijau muda) melambangkan kesuburan, muda, dan pertumbuhan. Warna ini juga kadang diasosiasikan sebagai warna yang berkaitan dengan semangat pembaharuan serta persahabatan. Warna ini juga melambangkan keterbukaan antara satu orang dengan yang lain serta dianggap sebagai warna yang membantu masalah emosional orang lain.

7. Warna Hitam merepresentasikan kekuatan, keanggunan serta percaya diri. Warna ini juga melambangkan kemakmuran dan ketegasan. Dalam ranah psikologi warna hitam memberi arti sebagai suatu perlindungan atau melindungi orang lain. Warna hitam dimaknakan sebagai warna penyeimbang antara warna yang lain, maka warna hitam memiliki kesan yang netral sekaligus tenang.

4.3 Prinsip Pelaksanaan Program Gandeng Gendong

Program Gandeng Gendong dilaksanakan atas prinsip:

1. Meningkatkan rasa kebersamaan dan kepedulian atas dasar kesadaran bersama untuk membangun masyarakat yang berdaya dan sejahtera secara moril dan materiil.
2. Membangun motivasi bekerja sama atas dasar nilai-nilai Program Gandeng Gendong. Yaitu adanya kepedulian sosial dan lingkungan, kerjasama dan gotong royong, kebersamaan dan tolong menolong, membangun kekuatan baru dan kreatif, musyawarah dan saling memajukan.
3. Membantu memajukan dan Memberdayakan masyarakat sekitar dan lingkungannya.
4. Bergandengan untuk kerjasama dan gotong royong untuk membuat dan membangun kekuatan dan jaringan baru.
5. Kepedulian untuk menggendong lingkungan sekitarnya untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemajuan.
6. Adanya keterpaduan dan kesinambungan langkah dalam satu peta jalan (roadmap) di dalam pengembangan kemajuan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

4.4 Visi dan Misi Program Gandeng Gendong

Menurut Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 23 Tahun 2018, visi program Gandeng Gendong adalah bersama bersatu memberdayakan dan mensejahterakan masyarakat. sedangkan misinya yaitu, menanamkan nilai - nilai etika dan budaya gotong-royong, mengembangkan gerakan gandeng-gendong, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan pembangunan, khususnya pemberdayaan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan. Implementasi Program Gandeng Gendong Kota Yogyakarta melibatkan 5K

(Kota, Kampus, korporasi, Komunitas, Kampung). Setiap elemen yang tergabung dalam 5K ini memiliki tugasnya masing-masing.

Berikut ini merupakan tugas 5K (Kota, Kampus, Korporasi, Komunitas, Kampung) yaitu:

Pemerintah Daerah

1. Memfasilitasi pelaksanaan Program Gandeng Gendong.
2. Membentuk forum gandeng-gendong tingkat kota yang melibatkan *stakeholder* untuk menyepakati program dan *roadmap* kegiatan setiap tahun.
3. Mengkoordinasi program, kegiatan, dan anggaran setiap OPD yang mempunyai sinergitas dengan Program Gandeng Gendong.
4. Menyusun dan mengarahkan kelompok sasaran Program Gandeng Gendong.
5. Membuat kebijakan tentang pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro dan kecil.
6. Mengkoordinasikan dan melaksanakan proses pembinaan dalam pelaksanaan Program Gandeng Gendong sampai ke tingkat wilayah.
7. Membangun sinergitas dengan pelaku usaha.
8. Melakukan pembinaan dan penataan usaha mikro dan kecil.
9. Melaksanakan pengawasan dan evaluasi Program Gandeng Gendong.

Korporasi/Swasta

1. Melakukan kerja sama dengan usaha mikro dan kecil yang ada di wilayahnya dalam rangka pemberdayaan dan peningkatan ekonomi masyarakat.
2. Mendukung program pemerintah dalam pemberdayaan dan peningkatan kualitas ekonomi masyarakat.
3. Menggunakan dan mengutamakan tenaga lokal dalam usaha/kegiatan sesuai kriterianya.
4. Menggunakan produk usaha mikro dan kecil lokal.
5. Mempromosikan dan memasarkan produk usaha mikro dan kecil.
6. Memberikan dukungan terhadap pembinaan, bantuan, pelatihan peningkatan mutu produk sesuai standar konsumen.

7. Menyalurkan dana CSR dan atau dana sosial dan atau kegiatan lainnya yang ditujukan untuk meningkatkan pertanggungjawaban sosial di dalam perannya ikut memajukan lingkungan wilayahnya.

Kampus/Perguruan Tinggi

1. Meningkatkan kapasitas SDM masyarakat dan kampung untuk pengembangan bidang usaha mikro dan kecil.
2. Melakukan pelatihan dan pendampingan dalam hal produksi, pemasaran, dan manajemen terhadap usaha mikro dan kecil.
3. Melakukan evaluasi dan monitoring dalam produksi, pemasaran, dan manajemen usaha kecil dan mikro di masyarakat dan kampung.
4. Melaksanakan studi potensi lokal untuk pengembangan peningkatan kesejahteraan masyarakat dan kampung.
5. Melaksanakan studi untuk pengembangan pangan pasar lokal, regional, dan internasional.
6. Memfasilitasi kebutuhan pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro dan kecil.
7. Menyalurkan dana dan kegiatan pengabdian masyarakat sebagai pelaksanaan Tri Dharma perguruan tinggi.

Komunitas/Kelompok Masyarakat

1. Memberikan wadah/asosiasi/forum usaha mikro dan kecil dalam pengembangannya.
2. Melakukan konsolidasi inter dan antar komunitas.
3. Melakukan usulan kebutuhan dalam mengembangkan usaha mikro dan kecil.
4. Melakukan promosi dan kerjasama dengan pihak terkait.
5. Iktut berperan aktif dalam sosialisasi Program Gandeng Gendong melalui pencantuman Logo Gandeng Gendong pada setiap kemasan produk yang diikutsertakan dalam Program Gandeng Gendong.

Kampung

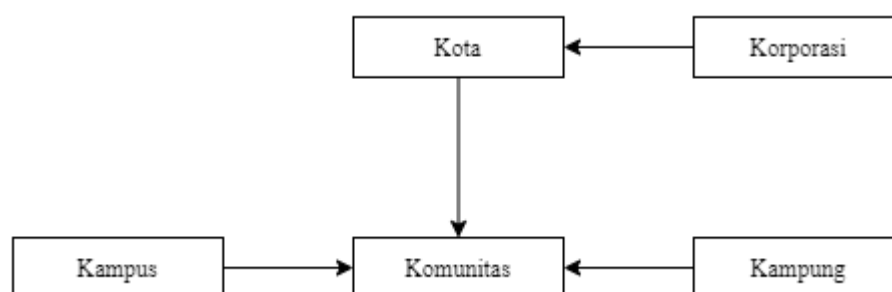
1. Melaksanakan pendataan dan pemetaan potensi usaha mikro dan kecil.
2. Melakukan usulan dan penataan usaha mikro dan kecil.

3. Melakukan pendampingan usaha mikro dan kecil.
4. Melaksanakan promosi sesuai dengan potensi wilayahnya.
5. Melaksanakan koordinasi inter dan antar kampung dalam satu wilayah.

4.4 Model Bisnis *existing* Program Gandeng Gendong dengan SDBM/R

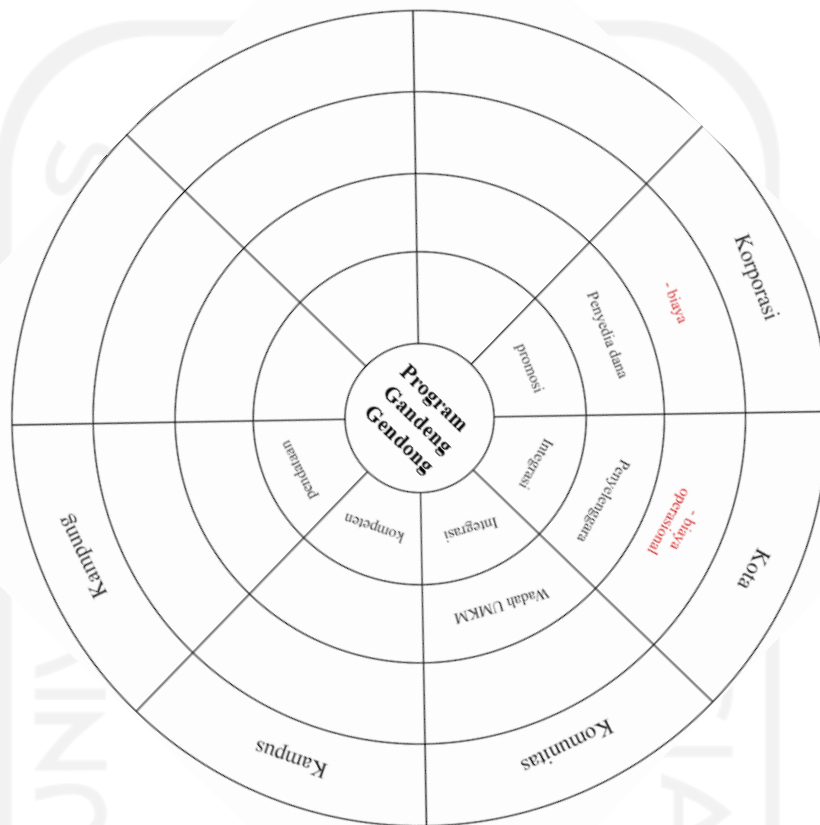
Berdasarkan hasil pencarian secara daring, implementasi Program Gandeng Gendong Kota Yogyakarta melibatkan 5K, yaitu Korporasi (Penyedia dana), Kota (Penyelenggara Gandeng Gendong), Komunitas (Wadah UMKM), Kampus (Penyuluhan dan Pembimbing), dan Kampung (Promosi). Program ini memiliki 2 lini bisnis utama yang dijalankan dengan bersifat *make to order*, di mana pihak Korporasi dan Kota dapat memesan makanan tradisional di komunitas UMKM dengan harapan UMKM dapat mandiri setelah kerja sama berjalan sekian waktu. Kampus berperan sebagai pembimbing UMKM terkait manajemen bisnis yang baik dan lainnya, sedangkan peran kampung sebagai sektor yang ikut mendukung dan mempromosikan UMKM untuk menggunakan jasa dari UMKM setempat dibandingkan menggunakan jasa dari wilayah yang jauh.

Gambar di bawah ini memetakan hubungan antara masing-masing aktor:



Gambar 4.2 Hubungan 5K dalam Gandeng Gendong

Dari hubungan para aktor dan perannya pada Program Gandeng Gendong, selanjutnya dibuat model bisnis *existing* dengan SDBM/R seperti pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.3 Model Bisnis *existing* Program Gandeng Gendong yang didesain dengan SDBM/R

4.5 Usulan Perbaikan Model Bisnis Program Gandeng Gendong dengan SDBM/R

Pada SDBM/R *existing* di gambar 4.3, integrasi antara masing-masing aktornya belum dipaparkan dengan jelas. Meski masing-masing peran aktor dan masing-masing *value*

proposition aktor kurang-lebih sudah pada tempatnya, *co-production activity* dan *actor cost/benefit* belum sepenuhnya digambarkan.

Korporasi sebagai aktor pertama (*customer*) belum mendapatkan benefit dari Program Gandeng Gendong ini sendiri. Padahal seharusnya, dengan kerja sama ini, Korporasi sebagai pelanggan mendapatkan timbal balik atas pilihannya bekerja sama dengan UMKM yang tergabung dalam Program Gandeng Gendong. Di sisi lain, bila UMKM diprioritaskan sebagai mitra, dapat memberikan harga yang relatif lebih murah sekaligus mendukung keberlangsungan Program Gandeng Gendong. Atas dasar kedua alasan ini, dimasukkanlah *actor benefit* murah dan perubahan *co-production activity* Korporasi menjadi memprioritaskan UMKM.

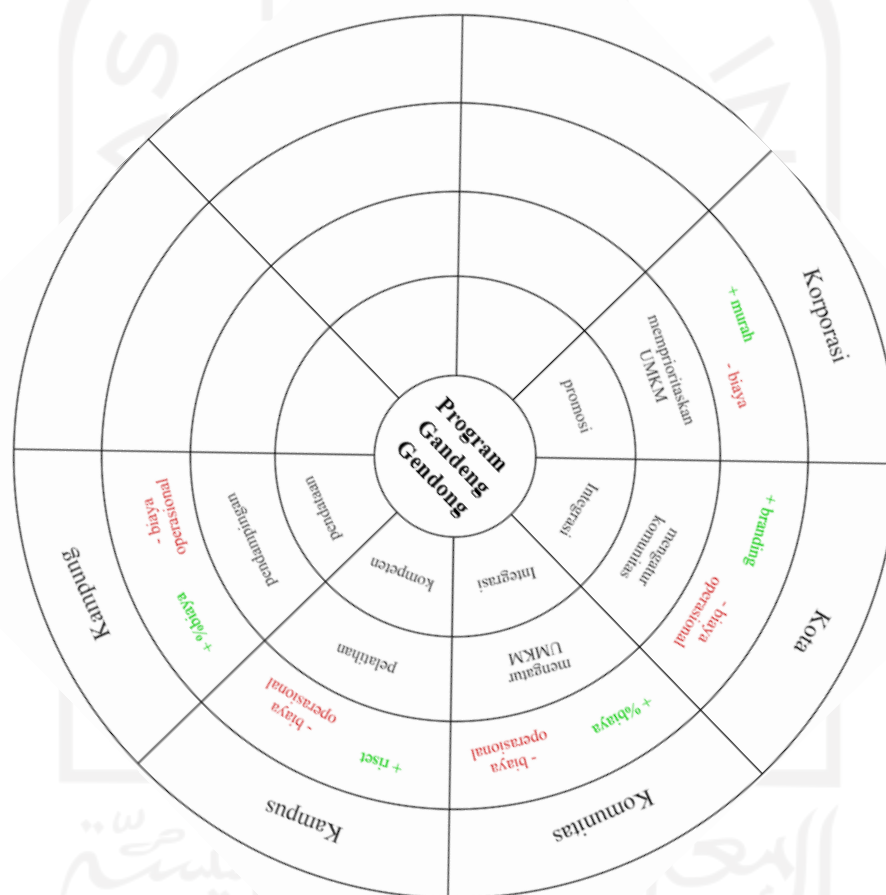
Kota sebagai aktor kedua atau organisasi fokal, selama ini baru mengeluarkan biaya untuk menyokong Program Gandeng Gendong dan belum mendapatkan benefit yang sesuai juga. Selain itu Kota baru memposisikan diri sebagai penyelenggara dan kurang berperan aktif dalam mengatur program ini. Di sisi lain, dengan berjalannya Program Gandeng Gendong yang tidak lain adalah program Kota sendiri, nama baik dan prestasi Kota dapat diangkat. Atas dasar alasan di atas, ditambahkan *actor benefit branding* dan perubahan *co-production activity* menjadi mengatur komunitas supaya Kota dapat berperan lebih aktif.

Komunitas sebagai aktor ketiga atau partner utama selama ini baru dianggap sebagai wadah, bukan benar-benar partner utama. Selain itu, ketidakadaan aliran dana membuat Komunitas tidak dapat berbuat banyak untuk memastikan integrasi antara aktor lain berjalan dengan baik. Atas alasan tersebut, ditambahkan *actor cost* biaya operasional dan *actor benefit* persentase biaya.

Kampus dan Kampung sebagai aktor keempat atau partner tambahan, selama ini belum berperan aktif dalam mendukung berjalannya Program Gandeng-Gendong. Karena itulah, *actor co-production activity* berturut-turut ditambahkan pelatihan dan pendampingan (sesuai peran masing-masing). Selain itu, *actor cost/benefit* untuk Kampus ditambahkan biaya

operasional dan riset, sedangkan untuk Kampung *actor cost/benefit* ditambahkan biaya operasional dan persentase biaya dari yang dikeluarkan Kota.

Sesuai penjelasan di atas, digambarkanlah model bisnis usulan untuk Program



Gambar 4.4 Model Bisnis Program Gandeng Gendong dengan SDBM/R

Gandeng Gendong yang didesain dengan SDBM/R seperti berikut:

Usulan model bisnis baru sesuai gambar 4.3 membutuhkan kolaborasi dari kelima aktor (Korporasi, Kota, Komunitas, Kampus, Kampung). Korporasi dipilih menjadi aktor pertama

karena berperan sebagai pelanggan sekaligus promotor yang menggerakkan roda bisnis Program Gandeng Gendong. Kota, sebagai aktor kedua, bertugas sebagai organisasi fokal atau inti yang mengintegrasikan keempat aktor lainnya. Komunitas, sebagai wadah dari UMKM yang tergabung dalam Program Gandeng Gendong menjadi aktor ketiga karena perannya sebagai integrator UMKM dalam Program Gandeng Gendong. Kampus sebagai entitas yang memiliki kompetensi di berbagai bidang, berperan sebagai aktor keempat. Sedangkan Kampung sebagai aktor kelima berperan sebagai pendukung kedua setelah kampus yang punya peran dekat dengan Komunitas dalam hal pendataan.



BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Pembahasan Usulan Perbaikan Model Bisnis Program Gandeng Gendong dengan SDBM/R

Korporasi sebagai pelanggan akan menggerakkan bisnis Program Gandeng Gendong sendiri dengan memprioritaskan UMKM yang tergabung dalam Program Gandeng Gendong. Darinya, biaya didistribusikan kepada Komunitas dan sebagian kecil kepada Kampung. Keuntungan Korporasi memilih Program Gandeng Gendong sebagai partner adalah biaya yang lebih murah dibanding kompetitor lain yang bukan UMKM.

Kota sebagai penggagas Program Gandeng Gendong akan berperan mengatur Komunitas dalam memberikan pelayanannya kepada pelanggannya (dalam hal ini Korporasi). Kota juga akan mengeluarkan biaya-biaya operasional yang diperlukan Komunitas untuk meng-”gendong” Komunitas di awal berjalannya program, sampai nanti Komunitas dapat berjalan mandiri dan mulai memenuhi perannya sebagai pihak yang pantas untuk di-”gendong”. Keberhasilan Program Gandeng Gendong akan membuat nama Kota (Pemerintah Kota Yogyakarta) lebih baik karena salah satu programnya dapat berjalan dengan baik tersebut.

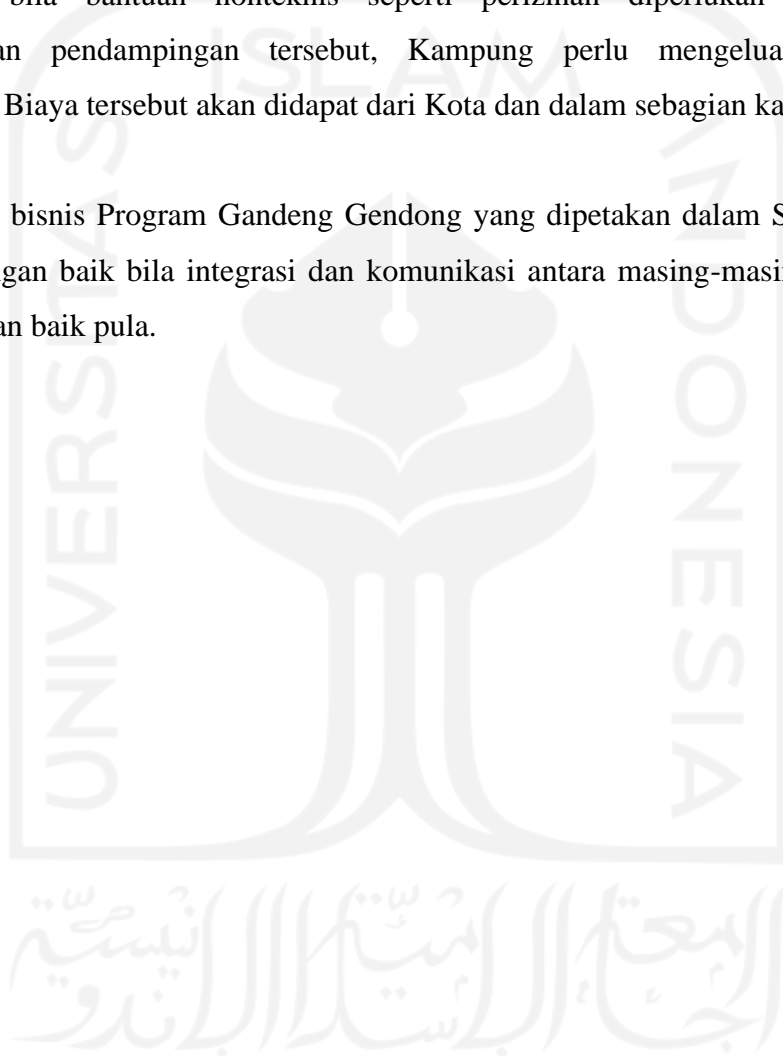
Komunitas adalah wadah UMKM yang akan menjalankan fungsinya untuk mengatur dan mengkoordinasikan UMKM yang ada di dalamnya. Sebagian pendapatan dari biaya yang dikeluarkan Korporasi dan Kota akan masuk ke Komunitas untuk digunakan sebagai biaya operasional Komunitas yang menjadi jembatan penghubung antara UMKM yang tergabung dalam Program Gandeng Gendong dengan aktor lain yang ada dalam bagan SDBM/R.

Kampus berperan sebagai pusat pelatihan UMKM dalam memperbaiki, mengefisiensikan, dan menciptakan produk-produk baru yang memiliki nilai jual lebih. Dalam menjalankan pelatihan-pelatihan, Kampus akan mendapatkan topik-topik baru yang

dapat digunakan untuk riset penelitian. Biaya operasional akan dikeluarkan Kampus untuk mengakomodasi pelatihan yang akan dibuatnya.

Kampung sebagai tempat bernaungnya Komunitas memiliki peran pendataan dan pengawasan terhadap kinerja Komunitas. Kampung akan melakukan pendampingan terhadap Komunitas bila bantuan nonteknis seperti perizinan diperlukan UMKM. Dalam melaksanakan pendampingan tersebut, Kampung perlu mengeluarkan biaya-biaya operasional. Biaya tersebut akan didapat dari Kota dan dalam sebagian kasus, UMKM.

Proses bisnis Program Gandeng Gendong yang dipetakan dalam SDBM/R ini dapat berjalan dengan baik bila integrasi dan komunikasi antara masing-masing aktornya dapat dijalin dengan baik pula.



BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini, didapati kesimpulan sebagai berikut:

1. Setelah model bisnis *existing* Program Gandeng Gendong didesain menggunakan SDBM/R, diketahui bahwa masih ada banyak bagian yang belum tergambar dengan utuh. *Value activities* dan *cost/benefit* dari kelima aktor (Korporasi, Kota, Komunitas, Kampus, dan Kampung) perlu diperbaiki karena dengan keadaan yang saat ini, integrasi antara kelimanya belum terbentuk.
2. Setelah model bisnis *existing* Program Gandeng Gendong yang didesain dengan SDBM/R selesai dibuat, selanjutnya dibuatlah model bisnis usulannya dengan integrasi yang lebih baik. Bila integrasi antara kelima aktor yang ada, yaitu Korporasi, Kota, Komunitas, Kampus, dan Kampung, dapat terjalin dengan baik mengikuti skema desain, berjalannya Program Gandeng Gendong untuk meng-”gendong” lalu meng-”gandeng” UMKM yang tergabung di dalamnya sebagai mitra pun diharapkan dapat terwujud.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk Pemerintah Kota Yogyakarta

Untuk Pemerintah Kota Yogyakarta, disarankan untuk mengaplikasikan model bisnis usulan yang dibuat dengan SDBM/R pada penelitian ini agar model bisnis lebih tergambar dengan jelas sehingga masalah stagnasi diharapkan dapat teratasi.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan penelitian ini sebagai referensi peneliti untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik. Karena minimnya sumber referensi tentang metode SDBM/R, diharapkan penelitian ini dapat menjadi fondasi atau jembatan untuk mengawali penelitian selanjutnya. Selain itu, disarankan untuk melakukan proses pembuatan model bisnis menggunakan metode ini dengan lebih benar, seperti melakukan *Focus Group Discussion* atau FGD dan mengevaluasi hasil usulan lewat pendapat atau workshop bersama para ahli.



DAFTAR PUSTAKA

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Adminwarta. 2018. Pemkot Terus Lakukan Sosialisasi Program Gandeng Gendong. (online): <https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/6289> (09 April 2021)
- Arikunto, S. 2005. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pratik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Eisenhardt, K. M. (1989). *Building Theories from Case Study Research* Published by : Academy of Management Stable URL : <http://www.jstor.org/stable/258557> Linked references are available on JSTOR for this article : Building Theories from Case Study Research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532–550.
- Indrawati. 2015. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung: Aditama
- Creswell, J.W. 1998. *Qualitative Inquiry And Research Design: Choosing Among Five Traditions*. London: SAGE Publications
- Menpanrb, H. 2019. Gandeng gendong mengentaskan Kemiskinan Kota Yogyakarta. (online): <https://menpan.go.id/site/berita-terkini/gandeng-gendong-mengentaskan-kemiskinan-kota-yogyakarta> (09 April 2021)
- Moleong. 2005. *Metodologi Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakrya
- Nugroho, E. 2018. *Prinsip-prinsip Menyusun Kuesioner*. Malang: UB
- Purhantara. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rusqiyati, E. A. 2019. Pembayaran Telat, Kelompok Kuliner Gandeng Gendong Yogyakarta Meradang. (online): <https://www.antaranews.com/berita/1181480/pembayaran-telat-kelompok-kuliner-gandeng-gendong-yogyakarta-meradang> (09 April 2021)
- Subarkah, L. 2019. Aplikasi Jadi Kendala Gandeng Gendong. (online): <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2019/12/25/510/1027839/aplikasi-jadi-kendala-gandeng-gendong> (09 April 2021)
- Subarkah, L. 2019. Program UKM Gandeng Gendong dinilai belum Optimal. (online): <https://semarang.bisnis.com/read/20191126/535/1174724/progam-ukm-gandeng-gendong-dinilai-belum-optimal> (09 April 2021)

- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta
- Sutrisno, E. 2020. Gandeng gendong turunkan Kemiskinan. (online): <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/gandeng-gendong-turunkan-kemiskinan> (09 April 2021)
- Yin, Robert K. 2013. *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Yin, Robert K. 2014. *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: Rajawali Pers
- Luftenegger, E.R. 2014. *Service-dominant Business Design* Eindhoven: Technische Universiteit Eindhoven. DOI: 10.6100/IR774591
- Turetken, O., & Grefen, P. 2017. *Designing Service-Dominant Business Models*. In Proceedings of the 25th European Conference on Information Systems (ECIS), Guimarães, Portugal, June 5-10, 2017 (pp. 2218-2233). ISBN 978-989-20-7655-3 Research Papers.