

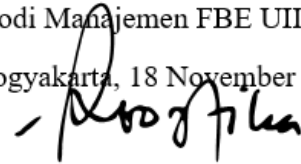
LAPORAN TUGAS AKHIR MAGANG

“PENERIMAAN DAN PENERAPAN SITUS SIBAKUL DAN MARKETHUB OLEH PELAKU UKM DI LINGKUNGAN DINAS KOPERASI DAN UKM DIY”

Telah Disetujui Revisi Tugas Akhir Magang

Prodi Manajemen FBE UII

Yogyakarta, 18 November 2021



RR. Ratna Roostika, SE, MAC, PhD



Disusun Oleh :

Nama : Febriana Vallenmareza Titisari

NIM : 17311356

Konsentrasi Bidang : Pemasaran

PROGRAM STUDI MANAJEMEN STRATA I

FAKULTAS BISNIS & EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA

2021

**PENERIMAAN DAN PENERAPAN SITUS SIBAKUL DAN MARKETHUB
OLEH PELAKU UKM DI LINGKUNGAN DINAS KOPERASI DAN UKM DIY**

Laporan Tugas Akhir Magang

Laporan Magang ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian akhir guna menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sarjana Strata I di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.



Disusun Oleh :

Nama : Febriana Vallenmareza Titisari

NIM : 17311356

Konsentrasi Bidang : Pemasaran

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN STRATA I
FAKULTAS BISNIS & EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

2021

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini menyatakan bahwa dalam Laporan Magang ini tidak terdapat 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. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apa pun sesuai ketentuan yang berlaku”

Yogyakarta, 11 Oktober 2021

Penulis,



Febriana Vallenmareza Titisari

HALAMAN PENGESAHAN

PENERIMAAN DAN PENERAPAN SITUS SIBAKUL DAN MARKETHUB OLEH PELAKU UKM DI LINGKUNGAN DINAS KOPERASI DAN UKM DIY

Nama : Febriana Vallenmareza Titisari
Nomor Mahasiswa : 17311356
Dosen Pembimbing : Istyakara Muslichah,,S.E.,MBA.
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 11 Oktober 2021

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Istyakara Muslichah', with a small arrow-like flourish at the end.

Istyakara Muslichah,,S.E.,MBA.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL
**PENERIMAAN DAN PENERAPAN SITUS SIBAKUL DAN MARKETHUB OLEH PELAKU
UKM DI LINGKUNGAN DINAS KOPERASI DAN UKM DIY**

Disusun Oleh : **FEBRIANA VALLENMAREZA TITISARI**

Nomor Mahasiswa : **17311356**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Rabu, 03 November 2021

Penguji/ Pembimbing Tugas Akhir : Istyakara Muslichah,,S.E., MBA.

Penguji : Raden Roro Ratna Roostika,,S.E., MAC., Ph.D.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

MOTTO

“Allah SWT mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikannya dengan baik”

(HR.Thabrani)

“Barangsiapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri”

(QS. Al-Ankabut: 6)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyiroh: 5)

ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ

“Nun. Demi pena dan apa yang mereka tuliskan”

(QS. Al-Qalam: 1)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

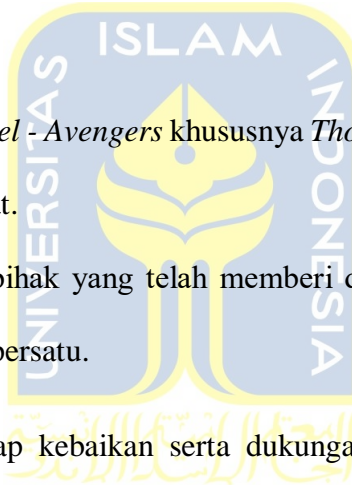
Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan Laporan Tugas Akhir Magang. Shalawat dan salam selalu beriringan dan tucurahkan kepada Rasulullah SAW yang telah mengantarkan umat manusia dari jaman kegelapan hingga terang seperti saat ini. Laporan Tugas Akhir Magang yang berjudul **“PENERIMAAN DAN PENERAPAN SITUS SIBAKUL DAN MARKETHUB OLEH PELAKU UKM DI LINGKUNGAN DINAS KOPERASI DAN UKM DIY”** adalah tugas akhir yang disusun untuk mendapatkan gelar sarjana Strata-I pada jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya tugas akhir ini berkat adanya bantuan dan dukungan dari beberapa pihak baik secara moril maupun materil, baik moral maupun spiritual, secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat untuk membantu dan mendukung dalam penyusunan Tugas Akhir ini, kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, karunia dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi panutan dan suri tauladan bagi seluruh umatnya.
3. Orang Tua Ayahanda Marsudiono dan Ibunda Erna Dwi Puspitosari tercinta yang telah memberikan fasilitas, dukungan dan do'a yang tiada hentinya.
4. Keluarga Besar Hj. Ibu Maryati Slamet Darsosuwarno dan Dibyو Suharto.

5. Bapak Anjar Priyono, Ph, D. selaku kepala prodi manajemen.
6. Ibu Istyakara Muslichah, S.E., MBA. selaku dosen pembimbing yang rela meluangkan waktu, membantu, membimbing dan membagi ilmu kepada penulis dalam penyelesaian tugas akhir.
7. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan dan mengajarkan ilmunya kepada penulis saat menuntut ilmu pada almamater ini.
8. Diriku Sendiri, Febriana Vallenmareza Titisari, Terimakasih telah berjuang sampai detik ini sehingga akhirnya Tugas Akhir Magang ini dapat terselesaikan.
9. Bapak Wahyu Tri Atmojo sebagai penanggung jawab lapangan PLUT DIY dan Bapak Faiz selaku Kepala PLUT DIY. Atas kesempatan dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
10. Teruntuk teman satu perjuangan dalam magang Lutfiani Noor Alifah dan Astrid Marta Vernanda yang selalu menerima dan mendengarkan keluh kesah serta memberikan dukungan penuh dan menampung curahan hati.
11. Teruntuk sahabat sejak dari awal menjadi maba di UII yaitu Dwi Ayu Anggreani, Nur Mulyani Dwi Putri, Badri Ikhsan dan Malikal Mulki yang sudah menemani dan mendukung penuh dalam masa perkuliahan serta menjadi penghibur yang memberikan kesan baik.
12. Untuk sahabat tersayang Sri Meilyana yang selalu menemani kemanapun dan menjadi tempat cerita segala permasalahan.
13. Untuk teman-teman yang magang di Dinas Koperasi dan UKM DIY yaitu Dzikri, Syifa, Uci, Khalis dan Dion.

14. Untuk sahabat Alifia Muharrama, Patossa Rizqi, Febrina Olivia dan Senja Rahmadani yang telah memberi dukungan dan doa.
15. Teruntuk teman-teman magang di Dinas Koperasi dan UKM DIY dari kampus UPN, UMY, UNY, UAD dan UIN yang telah bekerja sama dan memberi support satu sama lain.
16. Seluruh teman-teman Manajemen angkatan 2017 yang telah menemani penulis selama masa perkuliahan saat suka maupun duka.
17. Untuk dia yang belum tahu siapa hahaha yang membuat saya menjadi semangat untuk menyelesaikan laporan ini dan semoga disegerakan dalam bertemu jodoh, aamiin.
18. Untuk *superhero Marvel - Avengers* khususnya *Thor*, yang telah menghibur penulis jika mulai merasa penat.
19. Serta kepada banyak pihak yang telah memberi dukungan serta do'a yang tidak dapat disebutkan satu persatu.



Penulis berharap kebaikan serta dukungan yang diberikan oleh seluruh pihak yang terlibat dalam penyelesaian tugas akhir ini nantinya akan diberikan balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT. Penulis sadar jika dalam mengerjakan tugas akhir ini banyak kekurangan dan kelemahannya. Dan berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pihak lainnya.

ABSTRAK

Kegiatan Magang yang telah dilakukan oleh penulis bertujuan untuk mengamati dan melihat bagaimana proses kinerja pada Dinas Koperasi dan UKM Daerah Istimewa Yogyakarta dalam menjalankan tugas sebagai tempat pelayanan masyarakat umum dengan melalui berbagai fasilitas yang telah diprogram. Untuk dapat mengetahui prosesnya, Penulis mengambil data observasi yang telah dilakukan secara langsung dan mengambil bagian dalam proses “Pelatihan Pendampingan Pelaku UKM dalam Mengelola Sosial Media” dengan metode yang digunakan oleh penulis dalam menyusun Laporan Magang ini adalah dengan metode kualitatif dengan pendekatan teknik analisis konten. Teknik dalam penelitian ini terdiri dari alur aktivitas yang berjalan secara bersamaan, yaitu : pengadaan data, dan inferensi. Hasil dari penelitian magang ini dapat menunjukkan bahwa dengan adanya kegiatan pelatihan pendampingan ini dapat membantu para pelaku UMKM DIY untuk lebih meningkatkan kualitas kinerja mereka.

Kata Kunci : UKM, E-Commerce, TAM (Technology Acceptance Model).

ABSTRACT

The internship activity that has been carried out by the author aims to observe and see how the performance process at the Yogyakarta Special Region Cooperatives and SMEs Service in carrying out their duties as a place of public service through various facilities that have been programmed. To be able to know the process, the author takes observation data that has been carried out directly and takes part in the process of "Training Assistance for SMEs in Managing Social Media" with the method used by the author in compiling this Internship Report is a qualitative method with a content analysis technique approach. The technique in this research consists of a flow of activities that run simultaneously, namely: data procurement, and inference. The results of this internship research can show that the existence of this mentoring training activity can help DIY MSME actors to further improve the quality of their performance.

Keywords : *SME, E-Commerce, TAM (Technology Acceptance Model).*

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR MAGANG	1
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	3
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
MOTTO	5
KATA PENGANTAR.....	7
ABSTRAK.....	10
ABSTRACT.....	11
DAFTAR ISI.....	12
DAFTAR TABEL	14
DAFTAR GAMBAR.....	14
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. PROFIL ORGANISASI.....	1
1.1.1. Deskripsi Bidang Perusahaan.....	2
1.1.1.1. Sekretariat.....	2
1.1.1.2. Bidang Koperasi.....	3
1.1.1.3. Bidang Usaha Kecil dan Menengah.....	4
1.1.1.4. Bidang Pelayanan Kewirausahaan Koperasi UKM	5
1.1.1.5. Bidang Pembiayaan	5
1.1.2. Kinerja Perusahaan	6
1.1.2.1. SiBakul Jogja.....	7
1.1.2.2. SiBakul MarketHub	7
1.1.2.3. PLUT DIY	8
1.1.2.4. Bantuan Dampak Covid-19	8
1.2. LATAR BELAKANG	9
1.3. RUMUSAN MASALAH.....	14
1.4. TUJUAN MAGANG.....	14
1.5. MANFAAT MAGANG.....	14
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA	16

2.0	LANDASAN TEORI.....	16
2.1	RUANG LINGKUP MAGANG DAN KETERKAITAN KONSEP TEORI YANG DIGUNAKAN.....	16
2.3	E-COMMERCE.....	17
2.4	MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI (TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL/TAM).....	18
2.5	KERANGKA KERJA.....	22
BAB III.....		24
METODOLOGI.....		24
3.1	PENDEKATAN.....	24
3.2	UNIT ANALISIS.....	24
3.3	TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	25
3.4.1	Wawancara.....	25
3.4.2	Kuesioner.....	26
3.4.3	Observasi.....	26
3.4	WAKTU PELAKSANAAN PENGUMPULAN DATA.....	26
3.4.1	Metode Analisis.....	27
3.4.2	Tempat Magang.....	27
3.4.4	Waktu Pelaksanaan Magang.....	28
BAB IV.....		29
HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN.....		29
Rumusan Masalah 1.....		30
4.1	PROFIL SIBAKUL DAN MARKET HUB.....	31
4.1.1	SiBakul.....	31
4.1.2	Market Hub.....	33
4.2	PROFIL RESPONDEN.....	34
Rumusan Masalah 2.....		37
4.3	ANALISIS KONTEN.....	38
4.3.1	Hasil.....	38
4.4	DISKUSI ANALISIS KONTEN.....	43
4.5	REKOMENDASI BAGI INSTITUSI.....	45
BAB V.....		46
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		46

DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN.....	51
LAMPIRAN DAFTAR RESPONDEN PELATIHAN ANGKATAN 5.....	55
LAMPIRAN KEGIATAN MAGANG.....	65
LAMPIRAN SERTIFIKAT.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbedaan Pendapatan UMKM dan UKM.....	10
Tabel 2. Daftar Peserta Pelatihan UKM	35
Tabel 3. Analisis Konten	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Informasi Dinas Koperasi & UKM DIY (SiBakul Jogja, 2021).....	2
Gambar 1.2 Halaman Utama Dinas Koperasi dan UKM DIY (Diskop UKMDIY, 2021).....	7
Gambar 1.3 Cara Pendaftaran SiBakul Jogja (Diskop UKM Jogja,2020).....	12
Gambar 2.1 Model Penerimaan Tekonologi.....	19
Gambar 2.2 Kerangka Kerja	22
Gambar 4.1 Menu Aplikasi UKM (sibakuljogja.jogjaprovo.go.id,2021)	32

BAB I

PENDAHULUAN

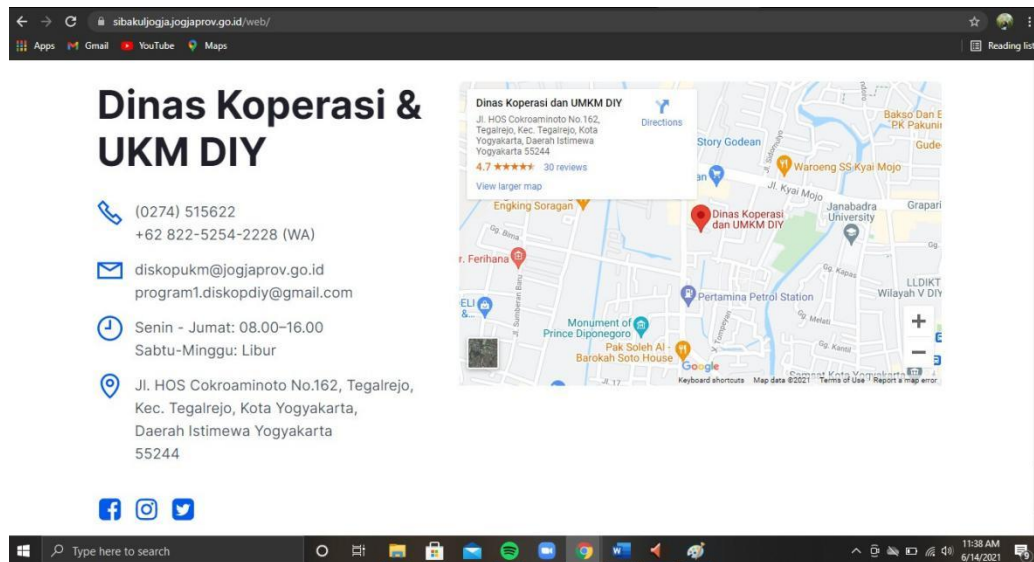
1.1. PROFIL ORGANISASI

Berdasarkan Peraturan Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 1 Tahun 2018 tentang Rincian Tugas dan Fungsi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada Tanggal 1 Oktober 2018, Dinas Koperasi dan UKM DIY mempunyai tugas untuk melaksanakan urusan Pemerintah Daerah pada bidang Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah yang merupakan sebagai tempat, wadah dan peluang bagi pelaku UKM dalam mengembangkan usaha mereka yang kemudian terbentuknya Dinas Koperasi dan UKM Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Daerah Istimewa Yogyakarta atau di singkat DISKOP UKM DIY mempunyai tugas melaksanakan urusan Pemerintah Daerah di bidang Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah, serta kewenangan Dekonsentrasi dan Tugas Pembantuan yang diberikan oleh Pemerintah. Untuk melaksanakan tugas tersebut Diskop UKM memiliki 4 bidang yaitu :

1. Bidang Koperasi,
2. Bidang UKM,
3. Bidang Kewirausahaan dan
4. Bidang Pembiayaan.

Dinas Koperasi dan UKM DIY berlokasi di Jl. HOS Cokroaminoto No.162, Tegalrejo, Kec. Tegalrejo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta seperti yang terangkum pada Gambar 1.1



Gambar 1.1 Informasi Dinas Koperasi & UKM DIY (SiBakul Jogja, 2021)

1.1.1. Deskripsi Bidang Perusahaan

1.1.1.1. Sekretariat

Kedudukan kesekretariatan dibawah Kepala Dinas dan dipimpin oleh sekretaris. Di dalam kesekretariatan mempunyai tugas untuk menyelenggarakan kegiatan kesekretariatan Dinas. Untuk melaksanakan kegiatan tersebut maka sekretariat terbagi menjadi beberapa bagian, yang terdiri dari :

a. Sub Bagian Umum

Sub Bagian Umum berkedudukan di bawah Sekretaris yang dibawah oleh Kepala Sub Bagian Umum. Sub Bagian Umum mempunyai tugas untuk menyelenggarakan kegiatan kepegawaian, kerumahtanggaan,

pengelolaan barang, kepustakaan, kearsipan, kehumasan dan tata pelaksanaan Dinas.

b. Sub Bagian Keuangan

Sub Bagian Keuangan berkedudukan di bawah Sekretaris yang dibawahahi oleh Kepala Sub Bagian Keuangan. Sub Bagian Keuangan mempunyai tugas untuk mengelola keuangan Dinas.

c. Sub Bagian Program

Sub Bagian Program berkedudukan di bawah Sekretaris yang dibawahahi oleh Kepala Sub Bagian Program. Sub Bagian Program memiliki tugas untuk melaksanakan penyusunan program, pemantauan, evaluasi, dan pelaporan serta pengelolaan data dan informasi.

1.1.1.2. Bidang Koperasi

Bidang Koperasi berkedudukan di bawah Kepala Dinas. Bidang Koperasi dipimpin oleh Kepala Bidang. Dalam Bidang Koperasi ini memiliki tugas yaitu melaksanakan kegiatan pembinaan, pelayanan, pemberdayaan dan pengawasan koperasi untuk meningkatkan nilai omset. Bidang Koperasi terdiri dari 2 bagian, yaitu :

A. Seksi Kelembagaan dan Usaha

Seksi Kelembagaan dan Usaha berkedudukan di bawah Bidang Koperasi dan dibawahahi oleh pimpinan Kepala Seksi. Dalam Kelembagaan dan Usaha ini memiliki tugas yaitu melaksanakan kegiatan pembinaan dan pemberdayaan kelembagaan koperasi dan usaha.

B. Seksi Pengawasan Koperasi

Seksi Pengawasan Koperasi berkedudukan di bawah Bidang Koperasi dan dibawah oleh pimpinan Kepala Seksi. Dalam Seksi Pengawasan Koperasi ini tentunya memiliki tugas untuk melaksanakan pengawasan koperasi.

1.1.1.3. Bidang Usaha Kecil dan Menengah

Bidang UKM berkedudukan di bawah Kepala Dinas dan dibawah oleh pimpinan Kepala Bidang UKM. Di Dalam Bidang UKM ini memiliki tanggung jawab tugas untuk melaksanakan pembinaan dan pemberdayaan usaha kecil dan menengah guna untuk meningkatkan dan menaikkan harga omset usaha kecil dan menengah. Bidang Usaha Kecil dan Menengah, terdiri dari :

A. Seksi Produksi

Seksi Produksi berkedudukan di bawah Bidang UKM dan dibawah oleh pimpinan Kepala Seksi Produksi. Seksi Produksi ini memiliki tugas untuk membimbing untuk melaksanakan kegiatan pembinaan dan pemberdayaan dalam melaksanakan proses produksi usaha kecil dan menengah.

B. Seksi Pemasaran

Seksi Pemasaran berkedudukan di bawah Bidang UKM dan dibawah oleh pimpinan Kepala Seksi Pemasaran. Seksi Pemasaran ini memiliki peran untuk membantu dan memberikan pelayanan dalam memasarkan produk kepada para pelaku usaha kecil dan menengah.

1.1.1.4. Bidang Pelayanan Kewirausahaan Koperasi UKM

Bidang Pelayanan Kewirausahaan Koperasi UKM berkedudukan di bawah Kepala Dinas. Bidang Pelayanan Kewirausahaan Koperasi UKM ini dipimpin oleh Kepala Bidang. Bidang Pelayanan Kewirausahaan Koperasi UKM ini mempunyai tugas yaitu untuk membina dalam pengembangan dan pemantauan kewirausahaan untuk meningkatkan jumlah kewirausahaan. Bidang Pelayanan Kewirausahaan Koperasi UKM dibagi menjadi :

1. Seksi Layanan Kewirausahaan Baru Koperasi UKM

Seksi Layanan Kewirausahaan Baru Koperasi UKM berkedudukan di bawah Kepala Bidang Pelayanan Kewirausahaan Koperasi UKM. Pada Seksi Layanan Kewirausahaan Baru Koperasi UKM ini memiliki tugas yaitu membina, memberi pengarahan dan pemantauan pada kegiatan kewirausahaan.

2. Seksi Layanan Terpadu Koperasi UKM

Seksi Layanan Terpadu Koperasi UKM berkedudukan di bawah Kepala Bidang Pelayanan Kewirausahaan Koperasi UKM. Seksi Layanan terpadu Koperasi UKM ini memiliki wewenang tugas yaitu mengadakan pelaksanaan layanan konsultasi dan membuka jejaring koperasi dan usaha kecil menengah.

1.1.1.5. Bidang Pembiayaan

Bidang Pembiayaan berkedudukan dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas. Bidang Pembiayaan dipimpin oleh Kepala Bidang. Bidang Pembiayaan memiliki tugas untuk melaksanakan pembinaan, pengendalian dan memfasilitasi pembiayaan koperasi dan UKM yang diperuntukan meningkatkan jumlah pembiayaan yang diperoleh oleh koperasi dan UKM.

Bidang Pembiayaan dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

1. Seksi Pembiayaan Koperasi

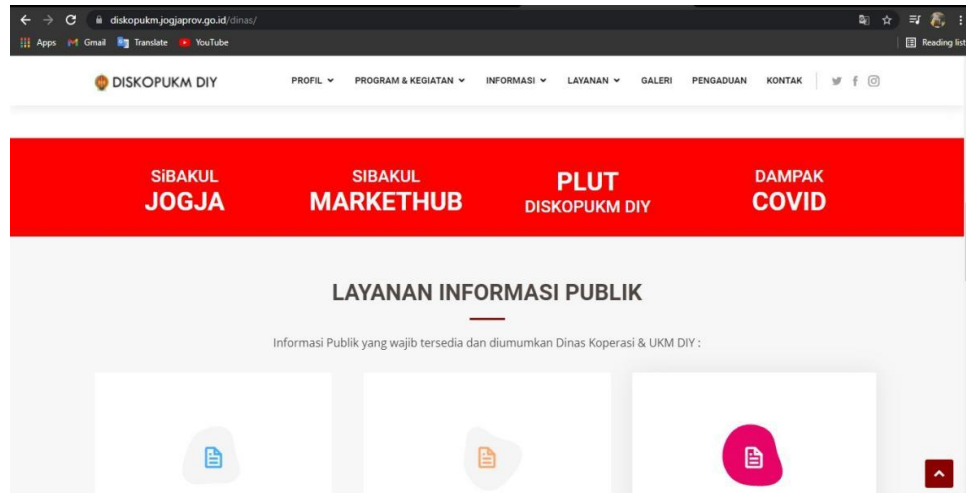
Seksi Pembiayaan Koperasi ini berkedudukan di bawah Kepala Bidang Pembiayaan. Pada Seksi Pembiayaan koperasi ini memiliki tugas yaitu untuk melaksanakan pembinaan, pengendalian, dan memfasilitasi pembiayaan pada Koperasi.

2. Seksi Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah

Seksi Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah berkedudukan di bawah kepada Kepala Bidang. Pada Seksi Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah ini memiliki tugas yaitu untuk melaksanakan pembinaan, pengendalian dan memfasilitasi Usaha Kecil dan Menengah.

1.1.2. Kinerja Perusahaan

Dinas Koperasi dan UKM DIY memiliki beberapa fasilitas dan pelayanan umum untuk masyarakat khususnya para pelaku UKM yang diantaranya terdapat SiBakul Jogja, MarketHub, PLUT DIY dan fasilitas terbaru yang dikaitkan dengan kondisi saat ini yaitu Bantuan Dampak Covid-19 seperti yang terangkum di dalam Gambar 1.2.



Gambar 1.2 Halaman Utama Dinas Koperasi dan UKM DIY (Diskop UKMDIY, 2021)

1.1.2.1. SiBakul Jogja

SiBakul Jogja merupakan akronim dari Sistem Informasi Pembinaan Koperasi dan Pelaku Usaha sedangkan Jogja adalah kata populer dari Wilayah Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. SiBakul Jogja merupakan platform digitalisasi layanan urusan Pemerintahan di Dinas Koperasi dan UKM DIY melingkupi Pendataan dan Klasterisasi UKM, Pembinaan UKM, dan Inovasi Fasilitasi Penguatan UKM untuk mengawal dan memastikan keberlanjutan inovasi serta implementasi program dari SiBakul Jogja, Dinas Koperasi dan UKM DIY berkomitmen untuk memajukan Koperasi dan UKM yang terdata di Sibakul Jogja.

1.1.2.2. SiBakul MarketHub

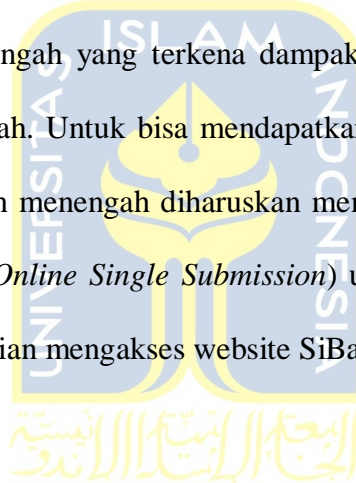
SiBakul MarketHub adalah suatu transformasi yang dikembangkan dari SiBakul Jogja pada tahun 2019 yang sebelumnya adalah sebuah sistem pendataan bagi koperasi dan UKM, yang dijadikan tempat untuk memasarkan produk-produk para UKM yang transaksinya dilakukan secara online.

1.1.2.3. PLUT DIY

Merupakan Layanan Bisnis bagi pelaku usaha meliputi Konsultasi, Pelatihan, Pendampingan usaha di wilayah DIY. Pelayanan konsultasi dapat berupa daring dengan menghubungi +62882-3326-9338 pada aplikasi Whatsapp atau dengan bertemu langsung dengan konsultan di kantor PLUT dengan alamat Jl. HOS Cokroaminoto No.162, Tegalrejo, Kec. Tegalrejo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.1.2.4. Bantuan Dampak Covid-19

Dinas Koperasi dan UKM DIY memiliki fasilitas terbaru bagi para pelaku usaha kecil dan menengah yang terkena dampak Covid-19 untuk mendapatkan bantuan dari pemerintah. Untuk bisa mendapatkan bantuan dari pemerintah para pelaku usaha kecil dan menengah diharuskan mengikuti proses pendataan secara online melalui OSS (*Online Single Submission*) untuk mendapatkan nomor NIB dan IUMK dan kemudian mengakses website SiBakul Jogja.



1.2. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan tingkat ekonomi tanah air pastinya sangat ditentukan oleh dinamika perekonomian setiap daerah di wilayah Indonesia, sedangkan perekonomian di setiap daerah umumnya didominasi oleh kegiatan ekonomi berskala kecil dan menengah. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UKM) adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif. Jika dilihat dari sudut pandang sebagai pelaku usaha, maka UKM dapat diartikan sebagai tempat dan wadah dalam menjalankan bisnis secara individu, rumah tangga atau badan usaha yang masih dibidang kecil.

Sesuai dengan amanat ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia dengan Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang politik ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian dari integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin berkembang dan berkeadilan.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mengatur bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dengan cara memberikan insentif bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam mengembangkan teknologi dan kelestarian lingkungan hidup. Dengan begitu perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dalam pemberian kesempatan berusaha, dukungan dan bimbingan, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran dan potensi dalam menjalankan usaha untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja dan meminimalisir pengangguran. Pengertian

UMKM atau UKM adalah pada hakikatnya sama hanya dibedakan pada jenis usaha yang dipisahkan berdasarkan kriteria aset dan omset. Berikut rangkuman pada Tabel 1 yang membedakan pendapatan UMKM dan UKM :

Tabel 1. Perbedaan Pendapatan UMKM dan UKM

No	Usaha	Kriteria	
		Aset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks 50 juta	Maks 300 juta
2	Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 miliar
3	Usaha Menengah	>500 juta – 10 miliar	>2,5 miliar-500 miliar

(Sumber: ukmindonesia.id, 2017)

Namun dengan demikian ada beberapa kendala dan masalah umum yang dihadapi oleh para pelaku Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah seperti keterbatasannya modal usaha atau modal investasi, kesulitan dalam mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau, keterbatasan teknologi, keterbatasan sumber daya, kurangnya informasi dan kesulitan dalam pemasaran produk termasuk dalam pendistribusian.

Kepala Dinas Koperasi dan UKM Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kota Jogja mengungkapkan berdasarkan pendataan 2017 di Jogja tercatat 23.000 UKM yang melakukan usaha. Dari jumlah tersebut sekitar 81% merupakan usaha mikro, 15% kecil, dan baru sekitar 3,25% yang merupakan usaha menengah (Irawati, 2017).

UKM yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebagian besar belum menggunakan *E-commerce* sebagai media pemasaran produk. Penggunaan media online yang dilakukan oleh pelaku UKM kurang lebih mencapai 70% dan hanya 30% pelaku UKM yang menggunakan *E-commerce*.

DISKOP UKM DIY memiliki program *E-commerce* yang diperuntukkan bagi para pelaku usaha UKM yang mana didalamnya terdapat *marketplace* yang bernama SiBakul Jogja. Diberikannya nama SiBakul Jogja diambil dari kata yang merupakan akronim dari Sistem Informasi Pembinaan Koperasi dan Pelaku Usaha sedangkan Jogja adalah kata populer dari Wilayah Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta.

SiBakul merupakan sebuah *marketplace*, platform atau website yang yang dibuat oleh DISKOP UKM DIY yang diperuntukkan sebagai wadah bagi para pelaku UKM se-Jogja. SiBakul Jogja bisa dikatakan program baru yang dibuat oleh DISKOP UKM DIY yang bisa digunakan oleh seluruh warga Yogyakarta yang ingin memasarkan produk mereka, namun didalam program ini masih terdapat beberapa kekurangan yang dialami salah satunya program SiBakul Jogja belum dikenal jauh oleh masyarakat Jogja secara luas. Maka dari itu Dinas Koperasi dan UKM Jogja mengajak kepada seluruh warga Jogja yang memiliki usaha untuk ikut bergabung dalam program SiBakul dan ikut membantu memasarkan program ini kepada warga Jogja agar lebih dikenal secara luas.



Gambar 1.3 Cara Pendaftaran SiBakul Jogja (Diskop UKM Jogja,2020)

Berdasarkan Gambar 1.3 dijelaskan tentang tata cara pendaftaran dan penggunaan program website SiBakul. Di awal menu dari SiBakul Jogja akan menampilkan produk yang dipasarkan dan dijual oleh para pelaku UKM. Untuk dapat bergabung kedalam SiBakul Jogja sangatlah mudah, adapun syarat yang harus dipenuhi untuk mendaftar menjadi anggota SiBakul yaitu KTP asli berdomisili Kota Jogja dan tentunya mempunyai usaha. Di dalam SiBakul ini memiliki keuntungan yang sangat bermanfaat bagi para pelaku UKM diantaranya para UKM bisa memasarkan produknya, dapat menikmati fasilitas yang diberikan oleh DISKOP UKM DIY seperti pelatihan dan pendampingan, dan yang terakhir dapat menikmati program gratis ongkos kirim.

Dengan adanya program SiBakul Jogja ini tentunya akan meningkatkan antusiasme para pelaku UKM untuk menggunakan SiBakul dan mendaftarkan usahanya ke dalam SiBakul, seperti yang disampaikan pada teori model *Technology Acceptance Model (TAM)*. Model teori *Technology Acceptance Model (TAM)* seseorang akan menggunakan sebuah teknologi biasanya didasari oleh beberapa

variabel yaitu variabel *Perceived Ease of Use* (Kemudahan yang dirasakan), *Perceived Usefulness* (Kegunaan yang dirasakan), *Attitude Towards Using Technology* (Sikap terhadap teknologi), *Behavioral Intention to Use* (Niat terhadap teknologi), dan *Actual System Use* (Penggunaan sistem) yang dimana teori tersebut merupakan penggambaran untuk mengetahui bagaimana perkembangan para pelaku usaha dalam menggunakan teknologi untuk meningkatkan kinerjanya.

Dalam pelaksanaan kegiatan magang penulis banyak menjumpai dengan para pelaku UKM, dalam kegiatan ini ada beberapa *feedback* yang didapatkan oleh para pelaku UKM terhadap SiBakul dan MarketHub. Menurut para pelaku UKM dengan adanya program website SiBakul dan MarketHub ini sangat membantu dalam menjalankan bisnis mereka.

Dengan adanya program website SiBakul dan MarketHub ini maka bisa dikaitkan dengan teori model *Technology Acceptance Model* (TAM). Dalam penggunaan teori model *Technology Acceptance Model* (TAM) maka penulis akan menggali seberapa jauh berguna dan pengaruh bagi para pelaku UKM kepada program SiBakul dan MarketHub yang juga dikaitkan dengan teknologi pada saat ini yang sudah menjadi suatu kebutuhan bagi setiap orang untuk melakukan segala hal aktivitas mereka dalam melakukan komunikasi maupun pekerjaan mereka. Dengan bantuan teknologi seperti saat ini akan mempermudah dalam melakukan sebuah transaksi khususnya untuk berjualan secara online.

Berdasarkan Latar Belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji implementasi teknologi *e-commerce* pada sektor UKM dengan menggunakan konsep teori model *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk mengetahui seberapa jauh para pelaku UKM dapat menerima program website SiBakul dan MarketHub yang

tingkat penerimaan pengguna dalam penggunaan website tersebut masih kecil. Maka dengan teknologi media sosial dapat membantu untuk memasarkan produk dan minat para pelaku UKM untuk bergabung dalam kegiatan yang dibentuk bersama Dinas Koperasi dan UKM DIY melalui website SiBakul dan MarketHub yang bertujuan membantu para pelaku usaha UKM Jogja dalam memasarkan produk mereka ke dalam SiBakul bersamaan dengan Markethub yang akan dituangkan dalam laporan magang penulis dengan judul “Penerimaan dan Penerapan Situs SiBakul dan MarketHUB oleh pelaku UKM di Lingkungan DinasKoperasi dan UKM DIY”

1.3. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana minat para pelaku UKM untuk bergabung bersama Dinas Koperasidan UKM DIY melalui website SiBakul Jogja dan MarketHub ?
2. Apa saja strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY dalam membantu memasarkan produk para pelaku usaha UKM ?

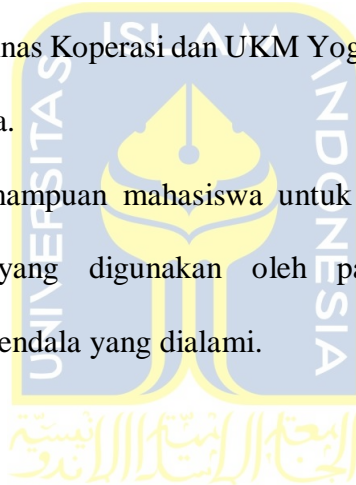
1.4. TUJUAN MAGANG

1. Mengobservasi minat para pelaku UKM untuk bergabung bersama Dinas Koperasi dan UKM melalui website SiBakul Jogja dan MarketHub.
2. Menentukan strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY dalam membantu memasarkan produk para pelaku usaha UKM.

1.5. MANFAAT MAGANG

Adapun manfaat yang dirasakan atas pelaksanaan kegiatan Praktek Kerja Lapangan/Permagangan dirasakan oleh :

- I. Mahasiswa :
 - A. Menambah wawasan secara langsung tentang mekanisme bagaimana cara pengambilan keputusan dalam suatu perusahaan.
 - B. Menambah relasi untuk bersosialisasi
 - C. Menjadi acuan dan bekal bagi mahasiswa untuk terjun di dunia kerja.
- II. Perguruan Tinggi :
 - A. Untuk evaluasi bagi kampus untuk meningkatkan kualitas dan mutu perkuliahan di masa yang akan datang.
- III. Dinas Koperasi dan UKM Yogyakarta :
 - A. Kesempatan bagi Dinas Koperasi dan UKM Yogyakarta untuk lebih dikenal oleh kalangan mahasiswa.
 - B. Memanfaatkan kemampuan mahasiswa untuk menganalisis website SiBakul dan MarketHub yang digunakan oleh para UKM serta mengetahui permasalahan dan kendala yang dialami.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.0 LANDASAN TEORI

2.1 RUANG LINGKUP MAGANG DAN KETERKAITAN KONSEP TEORI YANG DIGUNAKAN

Dalam kegiatan magang yang telah dilaksanakan oleh penulis telah mendapati model *E-Commerce* dan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diterapkan dan digunakan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY untuk membantu para pelaku UKM untuk mempublikasikan produk atau jasa mereka yang dikelola dalam aplikasi berbentuk website dengan nama SiBakul dan MarketHUB. website SiBakul Jogja dan MarketHub ini belum dikenal secara menyeluruh oleh warga Yogyakarta karena kurangnya publikasi dan informasi mengenai website tersebut. Maka dari itu Dinas Koperasi dan UKM DIY perlu mempublikasikan dan menginfokan kepada seluruh warga Yogyakarta tentang penggunaan sistem belanja online SiBakul Jogja dan MarketHub yang disediakan oleh Dinas Koperasi dan UKM yang tentunya juga terdapat fasilitas gratis ongkos kirim yang meringankan beban para konsumen dan juga menguntungkan para pelaku UKM.

Dilihat dari kinerja sistem SiBakul dan MarketHub, masih banyak terdapat kekurangan, yaitu kurangnya penerimaan pada program website serta publikasi informasi mengenai Sibakul Jogja dan MarketHub. Dalam kasus ini, banyaknya masyarakat Yogyakarta yang masih belum mendapatkan informasi mengenai program website SiBakul Jogja dan MarketHub dapat didiskusikan dengan mengaitkan pada Model Penerimaan Tekonologi/ *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989).

2.3 E-COMMERCE

E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*) yaitu internet. Dalam buku *E-commerce: Law & Practice*, *e-commerce* dijelaskan sebagai suatu konsep yang tidak dapat didefinisikan karena memiliki arti yang berbeda bagi orang yang berbeda (Ding, 1999).

E-commerce mengacu pada penggunaan sarana dan teknologi elektronik untuk melakukan perdagangan (penjualan, pembelian, transfer, atau pertukaran produk, layanan, dan informasi), termasuk dalam bisnis, bisnis ke bisnis dan bisnis ke konsumen. Pengiriman produk atau layanan dapat terjadi di luar Internet (Whinston *et al.* 1997)

E-commerce relatif mudah diimplementasikan karena hanya melibatkan tiga jenis integrasi: integrasi vertikal aplikasi situs website *front-end* ke sistem transaksi yang ada seperti integrasi lintas bisnis perusahaan dengan situs website pelanggan, pemasok, atau perantara seperti pasar berbasis website dan integrasi proses teknologi untuk penanganan pesanan, pembelian atau layanan pelanggan (Bartels, 2000)

(Puspita, 2018) menyebutkan bahwa *e-commerce* adalah sebuah proses bisnis dengan menggunakan aplikasi dan teknologi yang menghubungkan antara entitas, pembeli, serta kelompok tertentu untuk melakukan kegiatan transaksi, pelayanan, informasi, serta perdagangan produk atau jasa yang dilakukan melalui jaringan internet. Beberapa manfaat yang diperoleh dari penggunaan *E-*

commerce bagi UKM, yaitu meningkatkan produktivitas karyawan, perluasan area penjualan, peningkatan jumlah pelanggan dari berbagai daerah, penciptaan hubungan yang baik antara pelanggan dan pemasok, pemasaran produk dilakukan dengan cepat, pemanfaatan waktu yang lebih efisien, biaya yang murah dan tidak membutuhkan banyak tenaga (Purwantini dan Anisa, 2018).

E-commerce dapat membuat konsumen mendapatkan kebutuhannya dengan mengeluarkan biaya yang lebih rendah, memberikan tempat bagi pelanggan yang satu untuk berinteraksi dengan pelanggan lain seperti melihat *review* produk tersebut, dan pelanggan bisa mendapatkan informasi yang relevan dari detail produk dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu. Strategi bisnis harus selalu dijalankan agar pelaku UKM dapat menghadapi persaingan bisnis yang ketat. Salah satu upaya yang dapat membantu UKM untuk meningkatkan aktivitas bisnis adalah dengan menggunakan *e-commerce* (Sari, 2019).

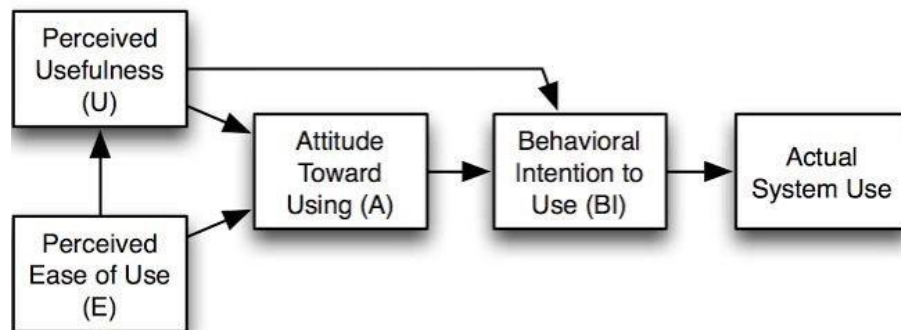
2.4 MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI (TECHNOLOGY ACCEPTANCE

MODEL/TAM)

Model Penerimaan Teknologi/ *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah suatu model yang menawarkan penjelasan untuk penerimaan penggunaan teknologi *e-commerce* dan perilaku para pengguna (Davis, 1989). TAM merupakan sistem informasi yang dibuat untuk mendeskripsikan secara sederhana tentang bagaimana individu dapat memahami dan menggunakan sistem teknologi informasi. TAM didefinisikan sebagai salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi untuk diterima atau tidaknya dalam penggunaan teknologi informasi.

(Davis, 1989) juga menyatakan bahwa manfaat sebagai suatu tingkatan ketika seseorang mempercayai dengan menggunakan teknologi tertentu dapat meningkatkan prestasi kerjanya, atau manfaat teknologi yang ada berguna dalam rangka meningkatkan produktivitas pada pengguna. Konsep ini sekaligus menjelaskan keadaan dimana ketika individu merasa suatu sistem dapat berguna atau memberikan manfaat, maka niat individu untuk menggunakan *e-commerce* juga akan meningkatkan kemudahan dan keuntungan dalam penggunaan teknologi dimasa kini.

Model TAM yang dapat dilihat pada Gambar 2.1 yang merupakan bentuk tindakan terhadap reaksi dan persepsi seseorang terhadap suatu hal yang dimana akan menentukan sebuah sikap dan perilaku dari seseorang tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi adalah sudut pandang pengguna terhadap manfaat dan kemudahan dalam penggunaan teknologi.



Gambar 2.1 Model Penerimaan Tekonologi

(Sumber: Davis, 1989)

Model Penerimaan Tekonologi/ *Technology Acceptance Model* (TAM) mempunyai beberapa konstruk, adapun konstruk-konstruk tersebut yaitu :

1. Kemudahan yang dirasakan (*Perceived Ease of Use*) didefinisikan sebagai penggambaran sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan dipermudah dalam melakukan berbagai macam kegiatan. Bagi para pelaku UKM dalam menggunakan program website SiBakul dan MarketHub ini masih dibidang sulit karena harus mengakses melalui website terlebih dahulu.
2. Kegunaan yang dirasakan (*Perceived Usefulness*) didefinisikan sebagai penggambaran sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Di dalam program SiBakul dan MarketHub sangat bermanfaat bagi para pelaku UKM, karena program ini membantu bagi para pelaku UKM untuk memasarkan produk mereka ke dalam SiBakul dan MarketHub.
3. Sikap terhadap teknologi (*Attitude Towards Using Technology*) merupakan suatu perasaan seseorang ketika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Para pelaku UKM masih meragukan adanya program website SiBakul dan MarketHub, walaupun program tersebut sebagai bentuk wadah bagi para pelaku UKM untuk memasarkan produk usaha mereka namun program SiBakul dan MarketHub ini belum dikenal luas oleh masyarakat kota Yogyakarta.
4. Niat pengguna terhadap teknologi (*Behavioral Intention to Use*) merupakan suatu keinginan untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau niat untuk melakukannya. Dari data para pelaku UKM yang sudah masuk di dalam pencatatan Dinas Koperasi dan UKM DIY dan sudah mendaftarkan usaha mereka untuk

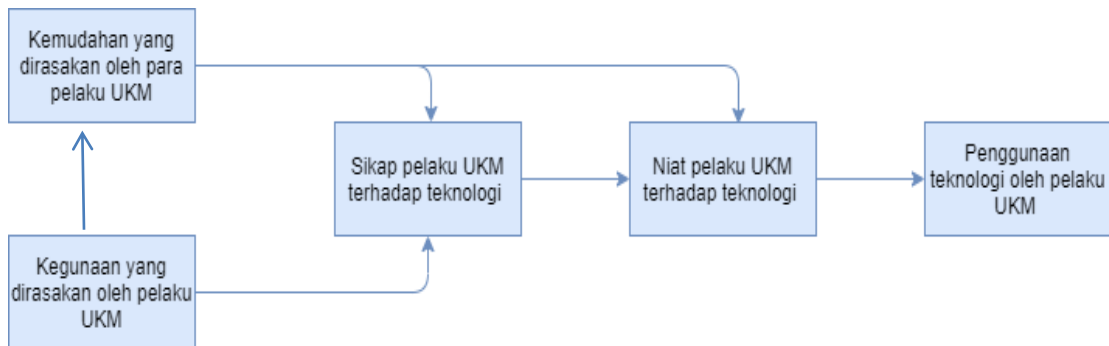
mendapatkan NIB dan IUMK belum tentu juga mereka mendaftarkan usahanya ke dalam program SiBakul dan MarketHub karena ada beberapa kendala seperti kurangnya pengetahuan tentang program tersebut atau keterbatasan alat komunikasi.

5. Penggunaan Sistem (*Actual System Use*) perilaku merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang. Dalam konteks penggunaan sistem teknologi informasi, perilaku adalah penggunaan pada teknologi sesungguhnya. Menurut data yang ada masih banyak para pelaku UKM yang belum memaksimalkan dalam penggunaan teknologi khususnya dalam bermedia sosial, hal ini dikarenakan banyaknya para pelaku UKM adalah orang dewasa.

Tujuan utama dari TAM sesungguhnya adalah untuk memberikan dasar langkah dari dampak suatu faktor eksternal pada kepercayaan intern (*internal beliefs*), sikap penggunaan (*attitude toward using*) sebagai bentuk sikap penggunaan teknologi yang bersifat penerimaan atau penolakan dampak sikap seseorang ketika menggunakan suatu teknologi (Davis, 1993). Inti dari teori *Technology Acceptance Model* menjelaskan faktor-faktor apakah yang mempengaruhi diterimanya implementasi sebuah sistem teknologi, serta faktor apakah yang menjadi kendala pada sistem tersebut.

Dalam hal ini Model Penerimaan Teknologi/ *Technology Acceptance Model* berkaitan dengan SiBakul dan MarketHub yang dimana sistem website ini masih belum dikenal secara luas oleh masyarakat. Untuk mengetahui bagaimana masyarakat bisa menerima dan menggunakan website SiBakul dan MarketHub maka dengan Model Penerimaan Teknologi/ *Technology Acceptance Model* bisa melihat faktor apa sajakah yang dapat mempengaruhi penggunaan teknologi baru.

2.5 KERANGKA KERJA



Gambar 2.2 Kerangka Kerja

Kerangka kerja membantu menjelaskan keterkaitan antar variabel. Pada Gambar 2.2 kegunaan yang dirasakan oleh pelaku UKM yang mengarah kepada kemudahan yang dirasakan oleh pelaku UKM. Maksud dari arah panah tersebut adalah antara kegunaan yang dirasakan oleh pelaku UKM terhadap program SiBakul dan MarketHub.

Kemudahan yang dirasakan oleh pelaku UKM dan kegunaan yang dirasakan oleh pelaku UKM mengarah kepada Sikap pelaku UKM terhadap teknologi. Maksud dari arah panah tersebut adalah kegunaan akan mempengaruhi sikap pelaku UKM dalam menggunakan teknologi khususnya SiBakul dan MarketHub sebagai bentuk alat komunikasi dalam menjalankan usaha mereka.

Selanjutnya, kemudahan yang dirasakan oleh pelaku UKM yang mengarah kepada niat pelaku UKM terhadap teknologi maksud dari arah panah tersebut adalah dalam penggunaan teknologi maka para pelaku UKM akan merasakan kemudahan dalam memasarkan produknya melalui SiBakul dan MarketHub. Kemudian, sikap pelaku UKM terhadap teknologi mengarah kepada niat pelaku UKM terhadap

teknologi. Maksud dari arah panah tersebut adalah suatu perilaku yang dirasakan positif oleh pelaku UKM akan berdampak pada niat mereka dalam mengelola teknologi dalam penggunaan akun SiBakul dan MarketHub mereka.

Kemudian terdapat niat pelaku UKM terhadap teknologi yang mengarah kepada penggunaan teknologi oleh pelaku UKM. Arti dari arah panah tersebut yaitu para pelaku UKM merasakan adanya nilai positif terhadap program website SiBakul dan MarketHub dan tetap menggunakan program website tersebut sebagai media pemasaran mereka dalam menjalankan usaha.

Untuk menyikapi hal seperti itu maka Dinas Koperasi dan UKM DIY membantu para pelaku UKM DIY untuk memberikan peluang dalam menjalankan bisnis mereka melalui fasilitas yang dimiliki oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY yaitu SiBakul yang kemudian dikembangkan menjadi MarketHub.

Program website MarketHub menjadi sebuah wadah bagi para pelaku UKM DIY untuk memasarkan produk mereka dengan cara mengunggah produk secara gratis. Dengan ini, para konsumen bisa langsung berinteraksi kepada penjual secara langsung yang nantinya akan disambungkan melalui aplikasi *Whatsapp* penjual. Sistem ini tentu akan mempermudah para konsumen agar lebih leluasa dalam bertanya tentang produk terkait dan bisa langsung melakukan transaksi.

BAB III

METODOLOGI

3.1 PENDEKATAN

Laporan magang ini dibuat dengan menggunakan jenis metode atau pendekatan kualitatif dengan cara menggunakan teknik pengumpulan data berdasarkan hasil wawancara dan pengisian formulir kuesioner oleh para responden yang adalah para pelaku UKM yang mengikuti kegiatan pelatihan pendampingan pelaku UKM dalam mengelola media sosial dan juga observasi yang dipantau oleh pendamping kegiatan pelatihan.

Data-data tersebut diperoleh dari narasumber yang adalah para pelaku UKM yang mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY, untuk melakukan pemantauan bagi para pelaku UKM mengenai progres usaha mereka setelah mengikuti kegiatan pelatihan pengembangan usaha yang telah ditinjau secara langsung oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY.

3.2 UNIT ANALISIS

Unit analisis pada penelitian ini adalah para pelaku UKM di DIY yang mengikuti kegiatan pelatihan tentang pemantauan media sosial dan penggunaan akun SiBakul MarketHub yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY. Peserta kegiatan pelatihan ini tentunya memiliki kriteria, dan peserta tersebut bisa mengikuti kegiatan pelatihan apabila sudah memenuhi kriteria yang telah ditentukan.

Kemudian peserta juga akan diseleksi untuk menentukan produk para UKM tersebut yang akan dimasukkan ke dalam tingkatan kelas yang berbeda. Terdapat 3 tingkatan kelas yaitu kelas *Basic*, kelas *Intermediate* dan kelas *Advance*.

3.3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Hasil yang diperoleh dalam pengumpulan data ini dilakukan dengan melakukan sebuah wawancara terhadap responden, menyebarkan kuesioner dan observasi selama kegiatan pelatihan dilaksanakan.

3.4.1 Wawancara

Pelaksanaan kegiatan wawancara terhadap responden dilakukan selama kegiatan pelatihan berlangsung, wawancara ini dilakukan guna untuk mendapatkan informasi dari responden mengenai penggunaan teknologi program website SiBakul dan MarketHub.

Adapun beberapa pertanyaan dasar yang diajukan kepada responden untuk mengetahui seberapa antusias para responden dalam menggunakan program website SiBakul dan MarketHub, yaitu :

1. Apa nama usaha dan jenis usaha yang dikembangkan?
2. Apa yang Bapak/Ibu rasakan setelah bergabung dengan SiBakul dan MarketHub?
3. Apa manfaat dan kemudahan yang dirasakan setelah bergabung dengan SiBakul dan MarketHub?

3.4.2 Kuesioner

Pengumpulan data hasil kuesioner didapatkan selama kegiatan pelatihan berlangsung dengan cara menyebarkan lembaran kuesioner kepada responden dan diminta untuk mengisi kuesioner tersebut. Pada lembaran kuesioner, para responden diminta untuk mengisi latar belakang usaha dan jenis usaha mereka, kepemilikan media sosial sebagai alat komunikasi mereka dalam menjalankan usaha, dan penggunaan program website SiBakul dan MarketHub.

3.4.3 Observasi

Observasi dilakukan selama pelatihan berlangsung, berupa komunikasi dua arah antara pendamping pelatihan (penulis) dan peserta. Hasil yang didapatkan selama masa observasi dituangkan pada sebuah dokumen tertulis sebagai salah satu sumber data primer laporan ini.

3.4 WAKTU PELAKSANAAN PENGUMPULAN DATA

Pengumpulan data peserta pelatihan pendampingan pelaku UKM dalam mengelola media sosial ini dilakukan selama dua hari yaitu pada tanggal 28 & 29 Oktober 2020. Pengumpulan data dilakukan secara online dengan cara berinteraksi antara pendamping dan peserta pelatihan yang dilakukan dengan mengkonfirmasi melalui aplikasi *Whatsapp*.

3.4.1 Metode Analisis

Pengkajian pada penelitian kali ini menggunakan pendekatan teknik analisis konten (*content analysis*) karena data yang digunakan memerlukan penjelasan secara deskriptif dari para responden. (Zuchdi & Afifah, 2019) menyatakan analisis konten adalah suatu teknik penelitian untuk menghasilkan deskripsi yang objektif, sistematis, dan bersifat kuantitatif mengenai isi yang terungkap dalam komunikasi. Dalam mengolah data analisis konten ini menggunakan data hasil wawancara, kuesioner dan observasi para responden dan memantau para responden selama kegiatan pelatihan pendampingan pelaku UKM dalam mengelola media sosial. Hasil data informasi yang diperoleh selama melakukan penelitian akan dikompilasikan ke dalam bentuk Tabel Analisis Konten berdasarkan variabel-variabel yang ada di dalam teori model Model Penerimaan Teknologi/ *Technology Acceptance Model* seperti *Perceived Ease of Use* (Kemudahan yang dirasakan), *Perceived Usefulness* (Kegunaan yang dirasakan), *Attitude Towards Using Technology* (Sikap terhadap teknologi), *Behavioral Intention to Use* (Niat terhadap teknologi), dan *Actual System Use* (Penggunaan sistem).

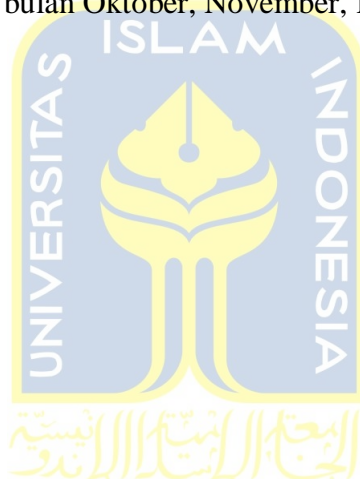
3.4.2 Tempat Magang

Program magang merupakan bentuk pelaksanaan kegiatan dari suatu perguruan tinggi yang dilakukan institusi untuk memberikan bekal pengalaman di tempat kerja kepada mahasiswa. Tentunya kegiatan magang banyak memberikan dampak yang signifikan bagi mahasiswa untuk meraih kesuksesan di dunia kerja. Tempat Magang merupakan tempat yang berkaitan dengan sasaran atau permasalahan riset dan juga merupakan salah satu tipe jenis sumber data yang dapat

dimanfaatkan oleh periset (Sutopo, 2002). Dengan bekal keterampilan di lokasi magang, mahasiswa dapat meningkatkan kompetensinya sesuai dengan passion yang dimiliki. Dengan memilih lokasi magang yang tepat, akan membuka peluang karir yang lebih baik untuk mahasiswa. Kegiatan magang kali ini dilakukan di Dinas Koperasi dan UKM DIY yang berlokasi di Jl. HOS Cokroaminoto No.162, Tegalrejo, Kec. Tegalrejo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55244.

3.4.4 Waktu Pelaksanaan Magang

Kegiatan magang ini telah selesai dilaksanakan dalam jangka waktu tiga bulan, yang di mulai pada bulan Oktober, November, Desember, 2020.



BAB IV

HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Dalam kegiatan pelaksanaan magang, ada beberapa bagian *Job Desk* yang diberikan untuk peserta magang diantaranya yaitu SIM CIS (*Center for Integrated Services*), OSS (*Online Single Submission*), *Inventory*, *Customer Service*, Pembukuan dan Pemrograman. Dalam kegiatan permagangan ini penulis mendapatkan amanah dan kesempatan yang diberi oleh Dinas Koperasi dan UKM untuk menjadi CS 3 yang kemudian dipindah tugaskan menjadi CS 1. Tugas utama dari CS 3 adalah mendata identitas dari para pelaku UKM di Yogyakarta yang sudah terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM DIY yang sudah memiliki nomor IUMK dan NIB. Tugas utama dari CS 1 yaitu menjadi pusat informasi tentang segala hal kegiatan yang beroperasi di Dinas Koperasi dan UKM DIY, sebagai operator maka harus mengetahui seluruh informasi kegiatan yang ditanyakan oleh para pelaku UKM.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, pelaksanaan kegiatan magang ini berfokus kepada pembinaan para pelaku UKM dalam memberikan pengarahan tentang penggunaan media sosial, seperti *Whatsapp Business*, *Google Business*, *Instagram* dan *Facebook*. Dalam kegiatan pembinaan dan pengarahan pada para pelaku UKM ini dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak para pelaku UKM yang sangat minim dalam menggunakan teknologi khususnya penggunaan media sosial. Berdasarkan klasifikasi kelas yang telah ditentukan maka akan terlihat jelas para pelaku UKM tersebut akan masuk ke dalam kelas *Basic*, kelas *Intermediate* dan kelas *Advance*.

Berdasarkan kegiatan pelatihan pendampingan pelaku UKM dalam menjalankan media sosial sebagai sarana untuk memasarkan produk dagangan masih menjadi evaluasi bagi Dinas Koperasi dan UKM DIY untuk membantu para pelaku UKM dalam memberi pengarahannya untuk menjalankan media sosial mereka, karena masih banyak warga dan pelaku UKM yang awam terhadap media sosial.

Dalam pelaksanaan kegiatan terdapat beberapa masalah, salah satunya dengan kondisi pandemi Covid-19 seperti saat ini maka kegiatan pelatihan pendampingan pelaku UKM dilakukan secara daring yang kemudian dipantau oleh pendamping menggunakan aplikasi *Whatsapp*. Dengan keterbatasan pertemuan tatap muka maka pemantauan dilakukan secara intensif antara pendamping dan peserta pelatihan.

Kegiatan pelatihan pendampingan pelaku UKM dalam menjalankan media sosial ini masih terdapat banyak kendala, dengan keterbatasan komunikasi melalui *Whatsapp* banyaknya para peserta yang lama dalam merespon pesan bahkan ada yang tidak merespon pesan. Dengan begitu, peserta yang tidak merespon pesan langsung dihapus dari daftar nama pelatihan, dan diisi oleh peserta lainnya yang ingin mengikuti pelatihan.

Rumusan Masalah 1

Bagaimana minat para pelaku UKM untuk bergabung bersama Dinas Koperasi dan UKM DIY melalui website SiBakul Jogja dan MarketHub ?

Pembahasan :

Untuk mengobservasi minat para pelaku UKM untuk bergabung bersama Dinas Koperasi dan UKM melalui website SiBakul Jogja dan MarketHub maka ada beberapa fasilitas keunggulan yang ditawarkan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY untuk para pelaku usaha UKM dan konsumen yaitu ketika konsumen melakukan pemesanan melalui SiBakul MarketHub

akan mendapatkan gratis ongkos kirim dengan syarat maksimal jarak tempuh \pm 30 kilometer dan maksimal biaya pengiriman yaitu Rp.50.000. Dengan adanya fasilitas gratis ongkos kirim ini, Pemerintah telah bekerja sama dengan perusahaan Go-jek dan Grab untuk membantu para pelaku UKM dalam melakukan pengiriman bebas biaya. Terdapat tata cara untuk mendapatkan gratis biaya pengiriman ini yaitu bisa dilakukan dengan cara *self order* yang nantinya akan disalurkan dengan Go-jek dan juga ada cara manual yang akan dibantu oleh admin CS dari Dinas Koperasi dan UKM DIY kemudian akan disambungkan dengan Grab. Untuk mendapatkan fasilitas gratis biaya pengiriman ini maka para pelaku UKM juga harus aktif dalam mengikuti kegiatan pelatihan pendampingan. Dengan mengikuti pelatihan dan pembinaan dari Dinas Koperasi dan UKM DIY maka para pelaku UKM juga dapat mengakses secara mandiri melalui Website SiBakul dengan alamat website <https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/website/>

4.1 PROFIL SIBAKUL DAN MARKET HUB

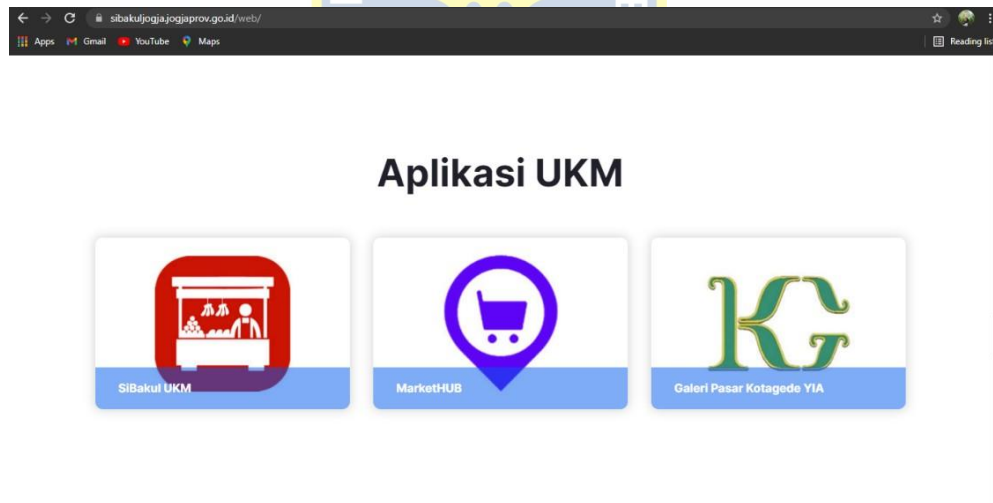
Dinas Koperasi dan UKM DIY memiliki fasilitas pelayanan yang dikembangkan guna untuk membantu para pelaku UKM dalam menjalankan usaha mereka, yaitu SiBakul dan MarketHub.

4.1.1 SiBakul

SiBakul adalah pusat data Koperasi dan UKM Pemda DIY dimana seluruh kegiatan Pembinaan Koperasi dan UKM di wilayah DIY wajib terintegrasi dengan sistem data SiBakul, hal ini ditunjukkan untuk menjaga kepercayaan, keterbaruan, akurasi dan integritas data dari Koperasi dan UKM yang sangat membantu memberi gambaran yang tepat untuk postur kekuatan Koperasi dan UKM di wilayah DIY. Harapannya, kegiatan Pembinaan Koperasi maupun UKM dapat diarahkan secara tepat dan efektif.

Dengan adanya sistem SiBakul ini, fasilitas yang diberikan cukup menguntungkan bagi para pelaku UKM untuk bisa mendapatkan program layanan gratis ongkir dari SiBakul MarketHub yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY untuk membantu meringankan biaya pengiriman. Ketentuan yang ditetapkan oleh Pemerintah untuk bisa mendapatkan program gratis ongkos kirim yaitu dengan minimal pembelanjaan sebesar Rp.50.000 dan jarak tempuh maksimal 30 Kilometer.

Dengan adanya fasilitas gratis ongkos kirim ini, Pemerintah bekerja sama dengan perusahaan Go-jek dan Grab untuk membantu para pelaku UKM dalam melakukan pengiriman bebas biaya. Dengan mengikuti pembinaan dari Dinas Koperasi dan UKM DIY maka para pelaku UKM juga dapat mengakses secara mandiri melalui Website SiBakul dengan alamat website <https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/website/>



Gambar 4.1 Menu Aplikasi UKM (sibakuljogja.jogjaprov.go.id,2021)

Berdasarkan Gambar 4.1 ditampilkan halaman akses untuk masuk ke dalam sistem MarketHub yaitu melalui website Sibakul, kemudian pilih menu pada aplikasi UKM dan pilih menu MarketHub untuk masuk ke dalam MarketHub.

4.1.2 Market Hub

MarketHub adalah suatu layanan atau fasilitas yang telah dikembangkan dari program website SiBakul Jogja. MarketHub ini berguna untuk membantu para pelaku UKM untuk memasarkan produk atau jasa mereka dengan mengupload produk ke dalam situs website SiBakul yang tentunya sudah sesuai dengan standar kualifikasi yang telah ditetapkan seperti kejelasan foto produk dengan kualitas gambar yang baik dan keterangan dari deskripsi produk tersebut, kemudian perlu dilakukan proses kurasi dari produk tersebut yang memerlukan waktu 2 hingga 4 minggu. Kurasi produk adalah seleksi produk dagangan dari para pelaku UKM yang dimana untuk memutuskan produk tersebut sudah layak atau belum untuk ditampilkan ke dalam situs website SiBakul. Kurasi produk ini dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY.

Dengan melalui situs website MarketHub yang terdapat didalam SiBakul maka para pembeli bisa langsung melihat produk yang telah terpasang di menu utama MarketHub dan bisa langsung terhubung kepada penjual yang disambungkan langsung ke aplikasi *Whatsapp* untuk berinteraksi secara langsung. Transaksi tersebut akan diproses secara mandiri oleh penjual yang termasuk dalam pemesanan ojek *online*, dimana nota pembelian tersebut akan direkap oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY pada setiap akhir bulan untuk ditukarkan dalam program gratis ongkos kirim.

Di dalam kinerja SiBakul Jogja dan MarketHub ini masih dikatakan kurang maksimal, karena masih banyaknya kekurangan. Pada menu utama dalam website MarketHub langsung ditampilkan foto produk yang tidak tertata, dengan begitu bisa dilakukan pemrograman ulang terkait menu halaman utama yang mungkin bisa ditampilkan sesuai kategori terkait seperti jenis produk tersebut makanan, pakaian atau barang dan bisa juga dikategorikan berdasarkan harga atau lokasi yang jaraknya masih dalam syarat untuk mendapatkan gratis ongkos kirim.

Selama dilakukannya kegiatan magang di Dinas Koperasi dan UKM DIY, terdapat beberapa permasalahan yang terjadi seperti pengetahuan, pengelolaan, dan penerimaan para pelaku UKM dan masyarakat terhadap SiBakul dan MarketHub yang selama ini belum dipantau dan disurvei secara rutin dan matang oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY.

Dikaitkan dengan kondisi saat ini karena adanya pandemi virus Corona, banyak pelaku UKM yang terdampak dengan perubahan siklus ekonomi. Maka dari itu, Pemerintah menurunkan bantuan uang sebesar Rp.2.400.000,00 bagi para pelaku UKM yang telah mendaftarkan usaha atau jasa mereka ke Dinas Koperasi dan UKM DIY untuk mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) yang kemudian didaftarkan kembali kepada pemerintah untuk mencairkan dana bantuan tersebut.

4.2 PROFIL RESPONDEN

Berikut adalah daftar responden yang mengikuti kegiatan pelatihan dan hasil data yang dipantau oleh penulis pada saat pelaksanaan kegiatan pelatihan pendampingan pelakuUKM dalam mengelola media sosial.

Tabel 2. Daftar Peserta Pelatihan UKM

No	Nama	Nama Usaha	Bidang Usaha	Kepemilikan media sosial	Pengguna Sibakul & Market Hub	Kesimpulan
1.	Agus Riyanto	Adiva Karya Protect	Penyedia alat kesehatan	Google My Business	Pengguna	Kelas Basic
2.	Widodo	Frozen Food ASA	Makanan	Tidak ada	Pengguna	Kelas Basic
3.	Fajar Kurniawan	Awan Kurma	Makanan	Tidak ada	Pengguna	Kelas Basic
4.	A. Sri Wahyuningsih	Alfona	Makanan	Instagram dan Whatsapp Business	Pengguna	Kelas Intermediate
5.	Harjuna Wibawa	HStore	Speaker Qur'an	Whatsapp Business dan Google My Business	Pengguna	Kelas Intermediate
6.	Muhamad Zahrodin	Burgerdel Tempe	Makanan	Instagram, Whatsapp Business dan Google My Business	Pengguna	Kelas Intermediate
7.	Nina Mardiana	Toko76 Frozen Food	Makanan	Google My Business	Pengguna	Kelas Basic
8.	Yulita Arum Hidayathi	Yulita Olshop	Pakaian	Tidak ada	Bukan Pengguna	Kelas Basic
9.	Windu Hadikuntoro	Madumongso Bagaskoro	Makanan	Google My Business	Pengguna	Kelas Basic
10.	Tandiyo Rumekso	Yam Ayam	Makanan	Whatsapp Business	Bukan Pengguna	Kelas Basic

Berdasarkan Tabel 2, kegiatan pelatihan pendampingan pelaku UKM dalam mengelola media sosial ini sebagian besar diikuti oleh para pelaku UKM yang sudah bergabung ke dalam program SiBakul dan MarketHub. Kegiatan pelatihan

pendampingan ini diikuti oleh 10 peserta pelaku UKM yang diantaranya terdiri dari 7 peserta laki-laki dan 3 peserta perempuan. Produk yang dijual oleh para pelaku UKM mayoritas menjual makanan. Dalam penggunaan teknologi *e-commerce* para peserta pelatihan masih belum memaksimalkan fungsi dari penggunaan media sosial sebagai bentuk pemasaran produk dagangan mereka. Menurut data hasil wawancara dari para pelaku UKM, dalam menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi masih sangat kurang dimanfaatkan, hal ini dikarenakan masih kurangnya pengetahuan para pelaku UKM tentang penggunaan media sosial sebagai bentuk memasarkan produk mereka. Dari hasil yang diperoleh, mayoritas pelaku UKM masuk ke dalam kelas *Basic* yang artinya pelaku UKM tersebut masih perlu pendampingan lebih lanjut.

Kegiatan pelatihan pendampingan ini tidak hanya sebagai pemantauan para pelaku UKM dalam mengelola media sosial, namun juga memberikan pengetahuan kepada pelaku UKM mengenai pengarah dan strategi yang baik untuk memasarkan produk mereka ke dalam media sosial agar menarik perhatian. Dengan begitu, para pelaku UKM bisa lebih memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai media pemasaran produk dan sebagai media alat komunikasi antara penjual dan konsumen.

Para peserta yang masuk ke dalam kelas *Basic* akan diberikan pendampingan ulang dengan materi dasar yang lebih lengkap dan jelas, agar para peserta bisa memahami tentang penggunaan media sosial dan strategi apa saja yang perlu diterapkan dalam memasarkan produk mereka. Kegiatan pelatihan pendampingan ini dilakukan secara tatap muka dan terbatas yang dilakukan sesuai protokol kesehatan yang telah ditentukan oleh pemerintah. Pendampingan ulang ini dilakukan untuk memberikan edukasi dasar tentang penggunaan media sosial kepada para peserta UKM, yang

dimana para peserta juga akan dibantu dalam pembuatan akun media sosial mereka dan akan diberikan materi tentang penggunaan media sosial mulai dari pembuatan akun *Whatsapp Business, Instagram, Facebook* dan *Google My Business*.

Rumusan Masalah 2

Apa saja strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY dalam membantu memasarkan produk para pelaku usaha UKM ?

Pembahasan :

Untuk menentukan strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY dalam membantu memasarkan produk para pelaku usaha UKM maka ada tata cara dalam penggunaan media sosial dan strategi yang digunakan untuk memasarkan produk, seperti pada aplikasi *Instagram* ketika hendak akan mengunggah kiriman maka perlu diperhatikan dalam membuat kalimat iklan pada keterangan produk dan dibuat semenarik mungkin untuk menarik para perhatian kepada calon pembeli, dan jangan lupa untuk menambahkan *hashtag* yang akan mempermudah para calon pembeli dalam melakukan pencarian produk. Dengan begitu para pelaku UKM akan terus berusaha untuk mempelajari teknologi baru guna untuk membantu meningkatkan profit pada penjualan mereka. Pada penggunaan teknologi dan perilaku dalam bermain media sosial sangat perlu diperhatikan.

Pengaruh dari penggunaan media sosial dapat memperlihatkan kedudukan para pelaku UKM dalam mengembangkan usaha untuk menerima seberapa pentingnya penggunaan teknologi untuk memperluas pasar mereka, serta dapat mendekatkan kepada konsumen yang sering melakukan transaksi secara *online* dengan lebih mudah dan memiliki nilai efektif dan efisien.

Pelatihan ini dilakukan tentunya untuk membantu para pelaku UKM dan juga untuk mengajak para pelaku UKM dalam mengelola dan mengembangkan akun Sibakul dan Markethub mereka. Namun, beberapa kendala dan kesulitan dalam pelaksanaan pendampingan dan pelatihan yang dikarenakan masih banyaknya dari peserta yang kurang tertarik menggunakan media sosial sebagai bentuk pemasaran produk dagangan mereka, dan ada juga beberapa peserta yang alat komunikasi nya tidak mendukung dalam penggunaan media sosial.

4.3 ANALISIS KONTEN

Berdasarkan hasil dari wawancara, lembaran kuesioner dan observasi selama kegiatan pelatihan penulis mencoba merangkum ke dalam Tabel Analisis Konten yang bisa dilihat pada Tabel 3. Hasil yang didapatkan dirangkum dalam Tabel Analisis Konten yang diklasifikasikan ke dalam 5 variabel yang terdapat dalam teori model TAM.

4.3.1 Hasil

Terdapat dua variabel yang mendapatkan tanggapan penuh dan positif oleh para pelaku UKM atau responden yaitu pada variabel “Kemudahan yang dirasakan oleh pelaku UKM pada teknologi SiBakul MarketHub” dan “Kegunaan yang dirasakan oleh pelaku UKM SiBakul MarketHub”. Pada kedua variabel tersebut mendapatkan persetujuan penuh dari para responden yang adalah para pelaku UKM bahwa dalam penggunaan program website SiBakul dan MarketHUB ini bisa diterima oleh para pelaku UKM yang dinilai dari segi kemudahan dalam mengakses website tersebut dan kemudahan yang dirasakan oleh para pelaku UKM dalam menggunakan SiBakul dan MarketHUB.

Dari lima variabel tersebut ada tiga variabel yang tidak disetujui oleh beberapa para pelaku UKM yaitu pada variabel “Sikap pelaku UKM terhadap teknologi SiBakul MarketHub”, “Niat pelaku UKM terhadap teknologi SiBakul MarketHub” dan “Penggunaan teknologi oleh pelaku UKM SiBakul MarketHub”. Pada sikap pelaku UKM terhadap teknologi SiBakul MarketHub, sebagian responden menyatakan bahwa SiBakul dan MarketHub adalah program baik dan positif. Responden 3, 4 dan 5 mengungkapkan pemikirannya sebagai berikut:

Responden 3 : Menggunakan SiBakul dan MarketHub adalah teknologi yang baik..

Responden 4 : Penggunaan program website SiBakul dan MarketHub yang memiliki nilai lebih.

Responden 5 : Dalam penggunaan program website SiBakul MarketHub mendapatkan keuntungan yang positif.

Selain itu, terdapat sebagian responden yang kurang baik dalam memandang program SiBakul dan MarketHub. Responden 1, 2, 8 dan 10 mengungkapkan pemikirannya. Berikut tanggapan mereka.

Responden 1 : Penggunaan SiBakul MarketHub kurang baik, karena masih susah dipelajari.

Responden 2 : Pengaplikasian program website SiBakul MarketHub memiliki kekurangan dan masih rumit untuk digunakan.

Responden 8 : Penggunaan SiBakul MarketHub website kurang baik dan sulit untuk digunakan.

Responden 10 : Dalam program website SiBakul MarketHub masih kurang baik dan sering terjadi kendala, seperti halaman yang sedang dalam masa

perbaikan.

Selanjutnya, niat pelaku UKM terhadap teknologi SiBakul dan MarketHub sebagian besar menyatakan bahwa pada SiBakul MarketHub ini masih kurang diminati oleh para pelaku UKM karena sulit bagi para pelaku UKM untuk bisa menerima dalam penggunaan program website SiBakul MarketHub. Responden 3, 8, dan 10 mengungkapkan pemikiran mereka. Berikut tanggapan mereka.

Responden 3 : Dalam program website SiBakul MarketHub ini masih kurang baik sehingga kurang diminati oleh pelaku UKM karena dibidang masih kurang efektif.

Responden 8 : Program website SiBakul MarketHub ini kurang baik dan belum dikenal secara meluas oleh warga Jogja.

Responden 10 : Kekurangan pada program website SiBakul MarketHub yang masih diragukan untuk digunakan.

Namun, terdapat pula responden yang berniat menggunakan SiBakul dan MarketHub. Responden 4, 5 dan 6 mengungkapkan pemikirannya. Berikut tanggapan mereka.

Responden 4 : Keinginan untuk terus memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM.

Responden 5 : Keinginan untuk terus mengembangkan usaha dengan program website SiBakul MarketHub.

Responden 6 : Keinginan untuk menawarkan dagangan melalui SiBakul MarketHub.

Terakhir, penggunaan teknologi oleh pelaku UKM SiBakul dan MarketHub oleh sebagian besar responden masih kurang optimal karena penggunaan rumit dan sulit untuk diakses secara umum karena masih banyak kekurangan dalam pengoperasian dari program website tersebut. Responden 1, 2, 8 dan 10 mengungkapkan pemikiran mereka. Berikut tanggapan mereka.

Responden 1 : Sudah tidak menggunakan program website SiBakul MarketHub.

Responden 2 : Tidak mengakses program website SiBakul MarketHub.

Responden 8 : Sudah tidak membuka halaman website SiBakul MarketHub.

Responden 10 : Sudah tidak membuka program website SiBakul MarketHub.

Tidak semua responden beranggapan yang sama, ada juga responden yang menggunakan program website SiBakul MarketHub dan merasakan fasilitas yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY kepada para pelaku UKM. Responden 4, 5, dan 9 mengungkapkan pemikirannya. Berikut tanggapan mereka.

Responden 4 : Masih menggunakan program website SiBakul MarketHub untuk menawarkan produk usaha.

Responden 5 : Masih menggunakan program website SiBakul MarketHub untuk memasarkan produk.

Responden 9 : Masih mengakses program website SiBakul MarketHub.

Tabel 3. Analisis Konten

Variabel	Responden										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Kemudahan yang dirasakan oleh pelaku UKM pada teknologi SiBakul MarketHub	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	10
Kegunaan yang dirasakan oleh pelaku UKM SiBakul MarketHub	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	10
Sikap pelaku UKM terhadap teknologi SiBakul MarketHub			√	√	√	√	√		√		6
Niat pelaku UKM terhadap teknologi SiBakul MarketHub				√	√	√	√		√		5
Penggunaan teknologi oleh pelaku UKM SiBakul MarketHub				√	√	√			√		4

Dari keseluruhan hasil yang diperoleh dari para responden menunjukkan bahwa dalam pengaplikasian program website SiBakul MarketHub masih belum berjalan dengan baik, karena adanya beberapa faktor dan kendala dalam kinerja program website SiBakul dan MarketHub. Hasil tersebut kemudian disaring menggunakan analisis konten yang tersaji pada Tabel 3. Davis (1989) mengembangkan konsep TAM untuk menawarkan sebuah teori yang dapat dijadikan landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sebuah teknologi/sistem informasi. Dengan menggunakan teori model TAM, situasi saat ini yang dihadapi oleh para pelaku UKM dapat diprediksi dan ditentukan bagaimana keadaan untuk kedepannya dalam menjalankan bisnis mereka.

4.4 DISKUSI ANALISIS KONTEN

Variabel 1. Kemudahan yang dirasakan oleh pelaku UKM

Seluruh responden yaitu terdapat 10 responden menyatakan bahwa kemudahan yang dirasakan oleh para pelaku UKM dalam penggunaan teknologi cukup mudah dipahami dan dipelajari dalam menyusun strategi untuk penjualan mereka. Kemudahan yang dirasakan merupakan tingkatan seseorang yang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem maka akan mempermudahnya dalam proses penyelesaian pekerjaannya (Venkatesh dan Davis, 2000)

Variabel 2. Kegunaan yang dirasakan oleh pelaku UKM

Seluruh responden yaitu 10 responden menyatakan bahwa kegunaan ataupun manfaat yang dirasakan oleh para pelaku UKM dalam penggunaan teknologi berbasis program website SiBakul dan MarketHub dikatakan sangat bermanfaat karena sebagai wadah bagi para pelaku UKM untuk memasarkan produk mereka secara gratis dan juga bisa mendapatkan fasilitas gratis ongkir. Pengukuran item dari *perceived usefulness* melibatkan 6 dimensi yaitu: mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, mempertinggi efektivitas, mempermudah pekerjaan dan berguna/bermanfaat (Davis, 1989).

Variabel 3. Sikap pelaku UKM terhadap teknologi

Berdasarkan data pada variabel Sikap pelaku UKM terhadap teknologi terdapat 6 responden yang sesuai, yaitu responden 3, 4, 5, 6, 7 dan 9, hal ini dikarenakan masih banyaknya pelaku UKM yang kurang memaksimalkan fungsi dari teknologi sebagai media memasarkan produk dagangan mereka. Sikap penggunaan diartikan sebagai sikap individu dalam menggunakan teknologi berupa keputusan menerima atau menolak

sebagai akibat apabila individu tersebut menggunakan teknologi dalam melakukan pekerjaannya (Davis, 1989). Banyak dari para pelaku UKM yang juga belum menggunakan alat komunikasi berbasis *smartphone* yang menjadi kendala dalam menjalankan bisnis mereka.

Variabel 4. Niat pelaku UKM terhadap teknologi

Berdasarkan variabel keempat yang menjelaskan tentang niat pelaku UKM terhadap teknologi terdapat 5 responden yaitu responden 4, 6, 5, 7, dan 9. Niat menggunakan merupakan keinginan seseorang untuk memanfaatkan teknologi. Seseorang akan melakukan suatu tindakan jika mempunyai niat untuk melakukannya (Retnoningtyas, 2012). Pada variabel ini dapat dilihat jika para pelaku UKM mempunyai niat untuk menggunakan teknologi, namun mereka belum mempelajari sepenuhnya tentang penggunaan teknologi.

Variabel 5. Penggunaan teknologi oleh pelaku UKM

Berdasarkan variabel kelima terdapat 4 responden yang setuju pada penggunaan teknologi, yaitu responden 4, 5, 6, dan 9. Dalam penggunaan teknologi bagi para pelaku UKM sangatlah berperan, namun masih ada pelaku UKM yang belum memanfaatkan teknologi tersebut. Davis (1989) juga telah menyatakan bahwa manfaat sebagai suatu tingkatan ketika seseorang mempercayai dengan menggunakan teknologi tertentu dapat meningkatkan prestasi kerjanya, atau manfaat teknologi yang ada berguna dalam rangka meningkatkan produktivitas pengguna.

4.5 REKOMENDASI BAGI INSTITUSI

Dalam pelaksanaan kegiatan magang, penulis mendapatkan banyak pengalaman dan pelajaran yang diambil selama pelaksanaan magang di Dinas Koperasi dan UKM DIY dalam membantu melayani masyarakat khususnya dalam bidang Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Dengan bantuan dari pemerintah di Dinas Koperasi dan UKM DIY maka dapat memakmurkan para pelaku UKM dalam memaksimalkan penjualan mereka dengan memanfaatkan program website yang dibuat oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY yaitu SiBakul dan MarketHub.

Pada program yang dibentuk oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY yaitu program website SiBakul dan MarketHub tentunya bermanfaat bagi para pelaku UKM. Maka dari itu dari Dinas Koperasi dan UKM DIY menyediakan wadah untuk para pelaku UKM agar bisa mengunggah foto produk mereka ke dalam program website SiBakul dan MarketHub untuk menawarkan dan memasarkan produk mereka kepada masyarakat Jogja. Namun ada beberapa kekurangan yang dimiliki program tersebut, yaitu program tersebut masih berbentuk website yang cukup rumit untuk diakses, dengan teknologi yang lebih modern maka bisa dipertimbangkan kembali jika program website SiBakul dan MarketHub ini bisa dijadikan lebih simpel dengan bentuk berupa aplikasi yang bisa di *download* melalui *Play Store* ataupun *App Store*. Maka para pelaku UKM ataupun konsumen dapat merasakan kemudahan dalam mengakses SiBakul dan MarketHub dengan melalui aplikasi.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan data hasil laporan pelaksanaan kegiatan magang dengan menggunakan teknik kualitatif yang telah dilakukan di Dinas Koperasi dan UKM DIY dapat diambil kesimpulan, yaitu :

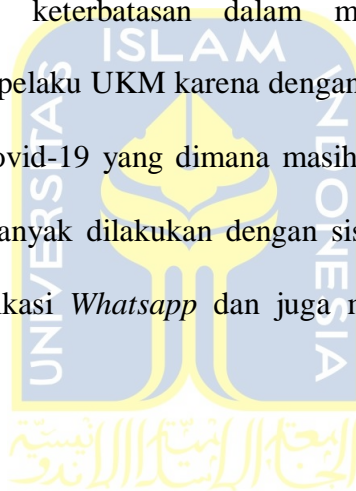
1. Penerapan penggunaan website SiBakul dan MarketHub masih kurang efektif dan masih mempersulit para penggunanya, maka dari itu minat para pelaku UKM dalam menggunakan program website tersebut masih terbilang sangat kecil, karena baik para pelaku UKM atau calon pembeli diharuskan untuk mengakses situs website SiBakul dan MarketHub terlebih dahulu yang kemudian masuk ke dalam akun SiBakul tersebut baru bisa melakukan sebuah transaksi yang nantinya akan disambungkan melalui aplikasi *Whatsapp* penjual.
2. Kegiatan pendampingan pelatihan pelaku UKM dalam mengelola media sosial menjadi salah satu bentuk strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dalam membantu para pelaku UKM. Namun kegiatan ini masih menjadi evaluasi bagi Dinas Koperasi dan UKM DIY, karena banyaknya para pelaku UKM yang kurang memahami tentang penggunaan teknologi masa kini dengan menggunakan media sosial sebagai bentuk alat komunikasi dalam memasarkan produk dagangan mereka.

Selain itu penulis juga memberikan rekomendasi, yaitu :

1. Dinas Koperasi dan UKM DIY bisa mengembangkan inovasi baru untuk membuat aplikasi Sibakul dan MarketHub agar lebih mudah diakses oleh para penggunanya.

2. Dinas Koperasi dan UKM DIY memberikan pengarahan dan pemahaman dalam mengelola media sosial sekaligus menjadi ajang untuk memasarkan website Sibakul dan MarketHub kepada masyarakat Jogja.

Begitu juga dengan adanya keterbatasan selama kegiatan magang berlangsung, yaitu unit sampel pada responden yang sedikit dikarenakan banyaknya peserta magang maka setiap peserta magang mendapatkan kesempatan untuk mendampingi 10 pelaku UKM yang nantinya akan diberikan pengarahan dan pendampingan selama kegiatan pelatihan berlangsung. Pada pelaksanaan kegiatan magang juga memiliki keterbatasan dalam melakukan komunikasi antara pendamping dengan para pelaku UKM karena dengan dikaitkan kondisi saat ini yang masih terjadi pandemi Covid-19 yang dimana masih menerapkan sistem jaga jarak. Maka dari itu kegiatan banyak dilakukan dengan sistem online, seperti melakukan tanya jawab melalui aplikasi *Whatsapp* dan juga mengadakan sosialisasi melalui aplikasi *Zoom*.



DAFTAR PUSTAKA

- Admin Koperasi, *Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UKM*, dilihat 15 Mei 2021, <https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/113/kriteria-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-menurut-uu-no-20-tahun-2008-tentang-UKM>
- Bartels, A. (2000). *The difference between e-business and e-commerce*. *Computerworld*, 34(44), 41-41.
- Choi, S. Y., Stahl, D. O., & Whinston, A. B. (1997). *The economics of electronic commerce* (pp. 12-25). Indianapolis, IN: Macmillan Technical Publishing.
- Davis, M. (1986). *A Technology of Acceptance Model for Empirically testing new-end user information system: Theory and Result*. Massachusetts, USA: Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology
- Davis. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology*
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *Mis Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339.
- Davis, B. G. (1993). *Tools for Teaching*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Dinas Koperasi dan UKM Daerah Istimewa Yogyakarta 2020, *Profil Dinas*, dilihat 20 Februari 2021, <https://diskopukm.jogiaprov.go.id/dinas/profil.php?id=1>

Dinas Koperasi dan UKM Daerah Istimewa Yogyakarta 2020, *Tugas dan Fungsi dan Unit*, dilihat 20 Februari 2021, <https://diskopukm.jogjaprovo.go.id/dinas/tugasfungsi.php>

Ding, Julian. *E-commerce: Law & practice*. Sweet & Maxwell Asia, 1999.

Elistya Rimawati, Wawan Laksito Yuly Saptomo. (2019). Analisis Diskriptif Teknologi Acceptance Model. *Jurnal Ilmiah Sinus (JIS)* Vol : 17, No. 2

Fred D. Davis, Venkatesh Viswanath. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), pp: 186- 204.

Kunjungan DINKOPUKM Nakertrans Jogja Belajar Tomira dan HKI 2018, dilihat 21 April 2021, <https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/411/kunjungan-dinkopukm-nakertrans-jogja-belajar-tomira-dan-hki>

Manzoor, A. (2010). *E-commerce: an introduction*. Amir Manzoor.

Purwantini, A. H., & Anisa, F. (2018). *Anteseden dan konsekuensi penggunaan media sosial bagi UKM: Analisis perspektif organisasi*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(3), 12.

Puspita, S. R. (2018). *Kebijakan perpajakan atas transaksi e-commerce taxation policy on e-commerce transactions*. *Akuntabel*, 15(1), 67-72.

Retnoningtyas, S. (2012). *Pengaruh Faktor Sosial Dalam Adopsi E-Commerce*.

Indonesia: Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

SiBakul Jogja 2021, *Market Home*, dilihat 30 April 2021,

<https://sibakuljogja.jogjaprovo.go.id/market/home>

Sugianto S, Vivi S. (2015). Analisis Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM)

Dan Perceived Enjoyment Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna M-Business",

JURNAL MANAJEMEN MOTIVASI 10(1):207

Sutopo. (2002). Metode Penelitian Kualitatif. In *Metode Penelitian Kualitatif* (p.52).

Sebelas Maret University Press.



LAMPIRAN

LAMPIRAN FOTO

1. Kegiatan Magang



2. Pelaksanaan Pelatihan



3. Pelatihan Pendampingan



4. Perpisahan Magang



LAMPIRAN DAFTAR RESPONDEN

PELATIHAN ANGKATAN 5

PENDAMPINGAN PELAKU UKM DALAM MENGELOLA SOSIAL MEDIA

Nama : Agus Riyanto

Nama dan Jenis Usaha : Adiva Karya Protect

No. HP : 081366315969

No.	Media Sosial	Keterangan
1.	<i>Instagram</i>	Tidak memiliki akun Instagram
2.	<i>Facebook</i>	Tidak memiliki akun Facebook
3.	<i>Whatsapp Business</i>	Nomor tidak terdaftar sebagai akun Whatsapp Business
4.	<i>Google My Business</i>	Tidak memiliki akun Google My Business
KELAS		Basic. Butuh pendampingan lebih lanjut

PELATIHAN ANGKATAN 5

PENDAMPINGAN PELAKU UKM DALAM MENGELOLA SOSIAL MEDIA

Nama : Widodo

Nama dan Jenis Usaha : Frozen Food

No. HP : 087839174435

No.	Media Sosial	Keterangan
1.	<i>Instagram</i>	Tidak memiliki akun Instagram
2.	<i>Facebook</i>	Tidak memiliki akun Facebook
3.	<i>Whatsapp Business</i>	Nomor tidak terdaftar sebagai akun Whatsapp Business
4.	<i>Google My Business</i>	Akun error dan dikelola oleh orang lain
KELAS		Basic. Butuh pendampingan lebih lanjut

PELATIHAN ANGKATAN 5

PENDAMPINGAN PELAKU UKM DALAM MENGELOLA SOSIAL MEDIA

Nama : Fajar Kurniawan

Nama dan Jenis Usaha : Awan Kurma

No. HP : 085727785891

No.	Media Sosial	Keterangan
1.	<i>Instagram</i>	Tidak memiliki akun Instagram
2.	<i>Facebook</i>	Tidak memiliki akun Facebook
3.	<i>Whatsapp Business</i>	Nomor tidak terdaftar sebagai akun Whatsapp Business
4.	<i>Google My Business</i>	Tidak memiliki akun Google My Business
KELAS		Basic. Butuh pendampingan lebih lanjut

PELATIHAN ANGKATAN 5

PENDAMPINGAN PELAKU UKM DALAM MENGELOLA SOSIAL MEDIA

Nama : A. Sri Wahyuningsih

Nama dan Jenis Usaha : A. Sri wahyuningsih

No. HP : 081542424359

No.	Media Sosial	Keterangan
1.	<i>Instagram</i>	Aktif. Feeds masih berantakan belum teratur, konten tidak menarik, dan akunnya sudah bisnis
2.	<i>Facebook</i>	Tidak memiliki akun Facebook
3.	<i>Whatsapp Business</i>	Memiliki akun WAB dan lebih dilengkapi untuk menambahkan katalog produk
4.	<i>Google My Business</i>	Tidak memiliki akun Google My Business
KELAS		Intermediate. Butuh pendampingan

PELATIHAN ANGKATAN 5

PENDAMPINGAN PELAKU UKM DALAM MENGELOLA SOSIAL MEDIA

Nama : Harjuna Wibawa

Nama dan Jenis Usaha : HStore

No. HP : 082142027060

No.	Media Sosial	Keterangan
1.	<i>Instagram</i>	Tidak memiliki akun Instagram
2.	<i>Facebook</i>	Tidak memiliki akun Facebook
3.	<i>Whatsapp Business</i>	Memiliki akun WAB. Akun sudah bagus, informasi sudah lengkap termasuk dengan foto katalog produk
4.	<i>Google My Business</i>	Memiliki akun. Maps sudah sesuai dengan lokasi dan informasi bisa lebih dilengkapi
KELAS		Intermediate. Butuh pendampingan

PELATIHAN ANGKATAN 5

PENDAMPINGAN PELAKU UKM DALAM MENGELOLA SOSIAL MEDIA

Nama : Muhamad Zahrodin

Nama dan Jenis Usaha : Burgerdel Tempe

No. HP : 089694409583

No.	Media Sosial	Keterangan
1.	<i>Instagram</i>	Aktif. Feed sudah rapi dan bio sudah lengkap
2.	<i>Facebook</i>	Tidak memiliki akun Facebook
3.	<i>Whatsapp Business</i>	Nomor tidak terdaftar sebagai akun Whatsapp Business
4.	<i>Google My Business</i>	Memiliki akun. Maps sudah sesuai, informasi sudah lengkap.
KELAS		Intermediate. Butuh pendampingan

PELATIHAN ANGKATAN 5

PENDAMPINGAN PELAKU UKM DALAM MENGELOLA SOSIAL MEDIA

Nama : Nina Mardiana N.

Nama dan Jenis Usaha : Toko 76 Frozen Food

No. HP : 087839492549

No.	Media Sosial	Keterangan
1.	<i>Instagram</i>	Akun sudah pasif tidak pernah update, feeds tidak teratur, informasi sudah lengkap.
2.	<i>Facebook</i>	Tidak memiliki akun Facebook
3.	<i>Whatsapp Business</i>	Nomor tidak terdaftar sebagai akun Whatsapp Business
4.	<i>Google My Business</i>	Memiliki Akun. Maps sesuai, info jam buka sudah lengkap, nomor WA sudah ada
KELAS		Basic. Butuh pendampingan

PELATIHAN ANGKATAN 5

PENDAMPINGAN PELAKU UKM DALAM MENGELOLA SOSIAL MEDIA

Nama : Yulita Arum Hidayathi

Nama dan Jenis Usaha : Yulita Olshop

No. HP : 085885471767

No.	Media Sosial	Keterangan
1.	<i>Instagram</i>	Akun sudah pasif tidak pernah update, feeds tidak teratur, informasi sudah lengkap.
2.	<i>Facebook</i>	Tidak memiliki akun Facebook
3.	<i>Whatsapp Business</i>	Memiliki akun WAB dan lebih dilengkapi untuk menambahkan katalog produk
4.	<i>Google My Business</i>	Tidak memiliki akun Google My Business
KELAS		Basic. Butuh pendampingan lebih lanjut

PELATIHAN ANGKATAN 5

PENDAMPINGAN PELAKU UKM DALAM MENGELOLA SOSIAL MEDIA

Nama : Windu Hadikuntoro, S.Si

Nama dan Jenis Usaha : Madumongso Bagaskoro

No. HP : 085842856438

No.	Media Sosial	Keterangan
1.	<i>Instagram</i>	Tidak memiliki akun Instagram
2.	<i>Facebook</i>	Memiliki akun Facebook namun pasif. Tidak pernah update produk
3.	<i>Whatsapp Business</i>	Nomor tidak terdaftar sebagai akun Whatsapp Business
4.	<i>Google My Business</i>	Memiliki akun namun kurang informatif
KELAS		Basic. Butuh pendampingan lebih lanjut

PELATIHAN ANGKATAN 5

PENDAMPINGAN PELAKU UKM DALAM MENGELOLA SOSIAL MEDIA

Nama : Tandiyo Rumekso

Nama dan Jenis Usaha : YamAyam

No. HP : 081391657335

No.	Media Sosial	Keterangan
1.	<i>Instagram</i>	Akun pasif. Feed sudah rapi dan bio sudah lengkap
2.	<i>Facebook</i>	Tidak memiliki akun Facebook
3.	<i>Whatsapp Business</i>	Memiliki akun WAB. Akun sudah bagus, informasi sudah lengkap termasuk dengan foto katalog produk
4.	<i>Google My Business</i>	Tidak memiliki akun Google My Business
KELAS		Basic. Butuh pendampingan

LAMPIRAN KEGIATAN MAGANG

Log Harian Magang

Dinas Koperasi dan UKM Daerah Istimewa Yogyakarta

Nama : Febriana Vallenmareza Titisari

NIM : 17311356

Hari/Tanggal	Waktu	Kegiatan
MINGGU KE-1		
Senin, 19 Okt 2020	07.00 - 16.00	Mempraktikan cara kerja CS 3
Selasa, 20 Okt 2020	07.00 - 16.00	Mempraktikan cara kerja CS 3
Rabu, 21 Okt 2020	07.00 - 16.00	Melakukan pendampingan pasca pelatihan
Kamis, 22 Okt 2020	13.00 - 16.00	Melakukan pendampingan pasca pelatihan
Jumat, 23 Okt 2020	07.30 - 16.00	Melakukan pendampingan pasca pelatihan, Evaluasi mingguan
MINGGU KE-2		
Senin, 26 Okt 2020	07.00 - 12.30	Melakukan pendampingan pasca pelatihan
Selasa, 27 Okt 2020	13.00 - 16.00	Melakukan pendampingan pasca pelatihan
Rabu, 28 Okt 2020	13.00 - 16.00	Melakukan pendampingan pasca pelatihan
Kamis, 29 Okt 2020	13.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> SIM CIS
Jumat, 30 Okt 2020	07.30 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> SIM CIS, Evaluasi Mingguan
MINGGU KE-3		
Senin, 2 Nov 2020	07.00 - 12.30	Izin sakit
Selasa, 3 Nov 2020	13.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> SIM CIS
Rabu, 4 Nov 2020	13.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> SIM CIS
Kamis, 5 Nov 2020	13.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> SIM CIS

Jumat, 6 Nov 2020	07.30 - 16.00	Mengikuti <i>meeting</i> dengan klien, Evaluasi mingguan
MINGGU KE-4		
Senin, 9 Nov 2020	07.00 - 12.30	Melakukan <i>jobdesc</i> SIM CIS
Selasa, 10 Nov 2020	13.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> SIM CIS
Rabu, 11 Nov 2020	13.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> SIM CIS
Kamis, 12 Nov 2020	13.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> SIM CIS
Jumat, 13 Nov 2020	07.30 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> SIM CIS, Evaluasi mingguan
MINGGU KE-5		
Senin, 16 Nov 2020	07.00 - 12.30	Melakukan <i>jobdesc</i> SIM CIS
Selasa, 17 Nov 2020	13.00 - 16.00	Izin
Rabu, 18 Nov 2020	07.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> SIM CIS
Kamis, 19 Nov 2020	13.00 - 16.00	Menjadi pendamping pelatihan di Hotel Aveon
Jumat, 20 Nov 2020	07.30 - 16.00	Menjadi pendamping pelatihan di Hotel Aveon, Perpisahan Magang dari UPN
MINGGU KE-6		
Senin, 23 Nov 2020	07.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> sekretaris
Selasa, 24 Nov 2020	07.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> sekretaris
Rabu, 25 Nov 2020	07.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> sekretaris, Melakukan <i>jobdesc</i> OSS
Kamis, 26 Nov 2020	07.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> sekretaris, Melakukan <i>jobdesc</i> OSS
Jumat, 27 Nov 2020	07.30 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> sekretaris, Melakukan <i>jobdesc</i> OSS, Evaluasi mingguan
MINGGU KE-7		
Senin, 30 Nov 2020	07.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> sekretaris
Selasa, 1 Des 2020	07.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> sekretaris
Rabu, 2 Des 2020	07.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> sekretaris
Kamis, 3 Des 2020	07.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> sekretaris

Jumat, 4 Des 2020	07.30 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> sekretaris, Evaluasi mingguan
MINGGU KE-8		
Senin, 7 Des 2020	07.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> sekretaris
Selasa, 8 Des 2020	07.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> sekretaris
Rabu, 9 Des 2020	07.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> sekretaris
Kamis, 10 Des 2020	07.00 - 16.00	Melakukan <i>jobdesc</i> sekretaris
Jumat, 11 Des 2020	07.30 - 16.00	Izin Ujian Komprehensif, Perpindahan Magang dari UII dan UMY

LAMPIRAN SERTIFIKAT

