

Laporan Penelitian Terapan

**PROGRAM PENDAMPINGAN DAN PELATIHAN RUMAH BUMN BAGI
UMKM YOGYAKARTA DI ERA DIGITAL**



Disusun oleh:
Adinda Dewi Rahmatul Hasanah
21211076

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2025

**PROGRAM PENDAMPINGAN DAN PELATIHAN RUMAH BUMN BAGI
UMKM YOGYAKARTA DI ERA DIGITAL**

Laporan Penelitian Terapan

**Laporan penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat
menyelesaikan jenjang Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia**

Adinda Dewi Rahmatul Hasanah

21211076

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2025**

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa laporan penelitian terapan ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 01 Juni 2025

Penulis



Adinda Dewi Rahmatul Hasanah

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN PENELITIAN TERAPAN

**PROGRAM PENDAMPINGAN DAN PELATIHAN RUMAH BUMN BAGI
UMKM YOGYAKARTA DI ERA DIGITAL**



Disusun Oleh:

Adinda Dewi Rahmatul Hasanah

21211076

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

pada tanggal: 6 Agustus 2025

Dosen Pembimbing



(Sukardi, SE.,M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

LAPORAN PENELITIAN TERAPAN

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Terapan Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Nama: Adinda Dewi Rahmatul Hasanah

No. Mahasiswa: 21211076

Program Studi: Bisnis Digital

Yogyakarta, 15 Agustus 2025

Disahkan Oleh:

Penguji 1: Sukardi, SE., M.Si.

Penguji 2: Arief Darmawan, S.E., M.M. (A -)



Mengetahui

Ketua Program Studi

Bisnis Digital



(Arief Darmawan, S.E., M.M.)



**FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA**

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmannirrahim,

Pada Semester Genap 2024/2025, hari Jumat, 15 Agustus 2025, Program Studi Bisnis Digital Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian **Tugas Akhir** yang disusun oleh :

Nama : Adinda Dewi Rahmatul Hasanah
NIM : 21211076
Judul : Program Pendampingan dan Pelatihan Rumah BUMN bagi UMKM Yogyakarta di Era Digital
Dosen Pembimbing : Sukardi, S.E., M.Si.

Berdasarkan hasil rapat Panitia Ujian, maka mahasiswa tersebut dinyatakan:

LULUS / ~~TIDAK LULUS~~

Nilai : A

Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diadakan pembetulan dan perbaikan sebagaimana mestinya.

Dosen Penguji
Sukardi, S.E., M.Si.

Arief Darmawan, S.E., M.M.

Mengetahui
Universitas Islam Indonesia – Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Program Studi D4 Bisnis Digital



Arief Darmawan, S.E., M.M.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan, kendala, dan efektivitas program pendampingan dan pelatihan yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN dalam meningkatkan kapasitas digital UMKM di Yogyakarta. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya transformasi digital bagi pelaku UMKM agar dapat bertahan dan bersaing di era digital yang semakin kompetitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus, yang berfokus pada empat UMKM binaan Rumah BUMN, yaitu Batik Hayuningrat, Ayumi Bross, Khum-Khum, dan Rakuma.ID. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, dan data dianalisis menggunakan metode analisis tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari narasi para pelaku UMKM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pendampingan dan pelatihan telah dilaksanakan secara terstruktur, dengan materi yang relevan terhadap kebutuhan digital UMKM, seperti pemanfaatan media sosial, marketplace, dan strategi konten digital. Meskipun demikian, beberapa kendala masih dihadapi oleh para pelaku UMKM, di antaranya keterbatasan pemahaman awal tentang teknologi digital, akses terhadap fasilitas pendukung, serta kebutuhan akan pendampingan lanjutan secara intensif. Secara keseluruhan, program ini dinilai efektif dalam meningkatkan literasi digital dan daya saing UMKM, yang terlihat dari perubahan positif dalam strategi pemasaran, perluasan pasar, dan peningkatan kepercayaan diri dalam mengelola bisnis secara digital.

Kata kunci: UMKM, Rumah BUMN, pendampingan dan pelatihan digital, transformasi digital.

ABSTRACT

This study aims to determine the implementation, challenges, and effectiveness of the mentoring and training program organized by Rumah BUMN (State-Owned Enterprises House) in improving the digital capacity of MSMEs in Yogyakarta. The background of this research is based on the importance of digital transformation for MSMEs to survive and compete in the increasingly competitive digital era. This research used a qualitative approach with a case study, focusing on four MSMEs assisted by Rumah BUMN: Batik Hayuningrat, Ayumi Bross, Khum-Khum, and Rakuma.ID. Data collection was conducted through in-depth interviews, and the data were analyzed using thematic analysis to identify key themes emerging from the MSMEs' narratives.

The results indicate that the mentoring and training program was implemented in a structured manner, with materials relevant to the digital needs of MSMEs, such as the use of social media, marketplaces, and digital content strategies. However, several obstacles remain for MSMEs, including limited initial understanding of digital technology, access to supporting facilities, and the need for intensive follow-up mentoring. Overall, this program was deemed effective in improving digital literacy and the competitiveness of MSMEs, as evidenced by positive changes in marketing strategies, market expansion, and increased confidence in managing businesses digitally.

Keywords: MSMEs, Rumah BUMN, digital mentoring and training, digital transformation.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Penelitian Terapan ini dengan judul “**Program Pendampingan Dan Pelatihan Rumah BUMN Bagi UMKM Yogyakarta Di Era Digital**” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Terapan (S.Tr) Jurusan Bisnis Digital Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penelitian ini dilakukan di beberapa UMKM binaan Rumah BUMN Yogyakarta yang aktif mengikuti program pendampingan dan pelatihan Rumah BUMN. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan oleh Rumah BUMN, serta sejauh mana pengaruhnya terhadap peningkatan kapasitas digital dan daya saing UMKM di wilayah Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, arahan, serta nasihat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST, M.Sc., Ph.D. Selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Arief Darmawan, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Islam Indonesia.

3. Bapak Sukardi S.E., M.Si. Selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Atas segala bentuk bimbingan, petunjuk, dan masukan yang telah diberikan kepada penulis sehingga penyusunan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik
4. Seluruh staff pengajar Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Bisnis dan Ekonomika.
5. Kepada kedua orang tua penulis, Surahman Sani'udin dan Tatik Hasanah, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kasih sayang, dukungan, dan bimbingan yang tak ternilai sejak kecil hingga saat ini. Berkat doa dan pengorbanan kalian, penulis mampu terus melangkah untuk menggapai mimpi dan cita-cita. Segala pencapaian dan keberhasilan ke depan adalah persembahkan tulus penulis untuk kalian berdua
6. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada sosok istimewa yang telah menjadi bagian penting dalam proses ini, kepada Anandhito Putra Mahardhika yang telah dengan sabar dan setia menemani serta mengantar penulis saat melakukan wawancara dengan pelaku UMKM. Terima kasih atas waktu, tenaga, dan semangat yang selalu diberikan tanpa henti.
7. Penulis turut menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih yang mendalam kepada **Rumah BUMN Yogyakarta**, yang telah memberikan kesempatan, akses, serta informasi yang sangat berharga dalam proses penelitian ini. Rumah BUMN tidak hanya menjadi fasilitator program, tetapi juga menjadi

jembatan penghubung antara pelaku UMKM dan perkembangan dunia digital yang terus berubah.

8. Penulis juga menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada **UMKM yang telah bersedia meluangkan waktu, berbagi pengalaman, dan memberikan data yang sangat penting** dalam penyusunan penelitian ini. Keterbukaan dan antusiasme para pelaku UMKM dalam menjawab setiap pertanyaan wawancara memberikan gambaran nyata mengenai dampak program pelatihan dan pendampingan yang telah mereka terima.

Sebagai insan yang tak luput dari kekurangan, penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Dengan penuh kerendahan hati, penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang ada dan sangat terbuka terhadap kritik serta saran yang bersifat membangun.

Sebagai penutup, penulis berharap agar Tugas Akhir ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat serta menjadi tambahan wawasan bagi para pembaca.

Yogyakarta, 18 Juli 2025

Penyusun,



Adinda Dewi Rahmatul Hasanah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Penelitian/Ruang Lingkup	5
1.4 Tujuan Penelitian Terapan	5
1.5 Manfaat Penelitian Terapan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Program Pendampingan dan Pelatihan	7
2.2 Rumah BUMN	8
2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	11
2.4 Digitalisasi UMKM	12
2.5 Penelitian Terdahulu	14
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Tipe Penelitian.....	20
3.2 Populasi dan Sampel	20
3.3 Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data	21
3.4 Definisi dan Pengukuran Operasional Variabel.....	22
3.5 Kerangka Teoritis.....	24
3.6 Metode Analisis Data	25
3.7 Triangulasi Data	26

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum Rumah BUMN Yogyakarta.....	28
4.2 Hasil dan Pembahasan	29
4.2.1 Deskripsi Informan Penelitian	30
4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	33
4.2.2.1 Pelaksanaan program pendampingan dan pelatihan yang diselenggarakan Rumah BUMN untuk UMKM di Yogyakarta.....	33
4.2.2.2 Kendala yang dihadapi UMKM Yogyakarta dalam mengikuti program pendampingan dan pelatihan digitalisasi	46
4.2.2.3 Efektifitas Program Pelatihan dan Pendampingan.....	48
4.3 Ringkasan Temuan ke 4 UMKM Binaan Rumah BUMN Yogyakarta ...	57
BAB V PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	61
5.2.1 Saran untuk Rumah BUMN.....	61
5.2.2 Saran untuk Pelaku UMKM.....	61
5.2.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kriteria UMKM.....	12
Tabel 2.2 Penelitian terdahulu	14
Tabel 4.1 Jenis Pelatihan Dan Pendampingan yang diberikan	33
Tabel 4.2 Materi pelatihan dan metode yang digunakan	36
Tabel 4.3 Peran fasilitator atau mentor Rumah BUMN	40
Tabel 4.4 Persepsi UMKM terhadap manfaat program.....	42
Tabel 4.5 Kendala Digitalisasi.....	46
Tabel 4.6 Tingkat Partisipasi UMKM dalam Program.....	48
Tabel 4.7 Kepuasan Peserta terhadap Pelatihan dan Pendampingan.....	51
Tabel 4.8 Tingkat Keberhasilan implementasi digitalisasi setelah pelatihan	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Teoritis	24
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Wawancara UMKM Batik Hayuningrat	64
LAMPIRAN 2 Wawancara UMKM Khum-Khum.....	72
LAMPIRAN 3 Wawancara UMKM Rakuma.Id	79
LAMPIRAN 4 Wawancara UMKM Ayumi Bross	86

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM memiliki peran krusial sebagai salah satu fondasi utama dalam menopang perekonomian nasional. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, saat ini terdapat sekitar 64,2 juta pelaku UMKM di Indonesia. Mereka berkontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), yang setara dengan Rp8.573,89 triliun. Selain itu, sektor UMKM mampu menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja—mewakili 97% dari total angkatan kerja di Indonesia dan menyumbang hingga 60,4% terhadap total investasi nasional (Data semester 1 tahun 2021).

Di tengah masyarakat luas, munculnya usaha kecil semakin dikenal dan mulai berkembang karena dinilai mudah dijalankan, terutama bagi masyarakat dengan keterbatasan modal. Peluang usaha kecil pun dinilai cukup menjanjikan, sehingga mulai menarik perhatian masyarakat untuk terus dikembangkan. Namun, seiring dengan pertumbuhannya, muncul tantangan berupa minimnya wadah pembinaan dan pendampingan, baik dari pemerintah maupun pihak lain. Menyikapi kondisi tersebut, Kementerian BUMN mengambil inisiatif untuk melaksanakan program pembinaan bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Langkah awal yang ditempuh adalah menjalin kolaborasi dengan berbagai perusahaan UMKM guna membentuk sistem ekonomi berbasis digital melalui kegiatan pembinaan.

Dengan demikian dasar pembentukan Rumah BUMN sebagai pusat pengembangan, edukasi dan digitalisasi UMKM untuk mewujudkan Indonesia yang berkualitas.

Rumah BUMN tersebar di seluruh Indonesia mencapai 251 Rumah BUMN (RB) yang didukung oleh lebih dari 20 perusahaan BUMN dari berbagai sektor seperti perbankan, konstruksi, minyak dan gas, dan lainnya. Beberapa Perusahaan tersebut antara lain Pertamina, PLN, Telkom, Jasa Marga, Bank BNI, Bank BTN, Bank Mandiri dan Bank BRI.

Salah satu perusahaan BUMN yang terlibat dalam Program Rumah Kreatif BUMN adalah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang mulai bergabung sejak tahun 2017. Rumah BUMN merupakan inisiatif yang dibentuk oleh Kementerian BUMN bekerja sama dengan PT BRI (Persero) Tbk. dan telah tersebar di berbagai wilayah Indonesia, termasuk di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kehadiran Rumah BUMN BRI di Yogyakarta bertujuan untuk menyediakan wadah pembinaan bagi para pelaku usaha di wilayah tersebut. Berdasarkan data tahun 2019, Rumah BUMN Yogyakarta tercatat memiliki sekitar 43.000 anggota UMKM, yang mayoritas merupakan nasabah BRI. UMKM yang diberdayakan mencakup berbagai sektor, seperti fashion, kuliner, makanan, kerajinan tangan, dan lainnya

Rumah BUMN BRI Yogyakarta menjadi satu-satunya Rumah BUMN yang menyediakan fasilitas lengkap berupa *co-working space* untuk mendukung aktivitas para pelaku UMKM. Program ini merupakan wujud nyata upaya dalam mendukung, mengembangkan, dan memberdayakan pelaku usaha agar mampu

berkecimpung di industri kreatif. Tujuan utama dari inisiatif ini adalah membekali pelaku UMKM dengan kompetensi bisnis yang mumpuni serta mengarahkan Rumah BUMN sebagai pusat pasar dari Rumah Kreatif. Melalui wadah ini, pelaku usaha didorong untuk saling mendukung, melengkapi kekurangan satu sama lain, dan membangun sinergi yang kuat agar dapat bersaing di pasar lokal, nasional, hingga global.

Rumah BUMN (RB) berperan sebagai ruang pembinaan dan pemantauan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tengah menghadapi tantangan dalam pengembangan produk, peningkatan kualitas, serta pemanfaatan teknologi di era digital. Selain fokus pada penguatan kapasitas usaha, Rumah BUMN juga mengoptimalkan strategi pemasaran melalui jaringan yang dimilikinya di bawah naungan Bank BRI. Pemanfaatan platform digital, baik melalui media sosial maupun *marketplace*, turut dimaksimalkan guna memperluas jangkauan pasar produk UMKM.

Rumah BUMN turut berperan aktif dalam proses pembinaan UMKM melalui berbagai tahapan dan program. Salah satunya adalah *Base Camp Millennials*, di mana Rumah BUMN berfungsi sebagai wadah untuk pengembangan, pendampingan, dan mentoring, khususnya bagi generasi muda dalam membangun dan mengembangkan usaha. Selain itu, dalam hal *informasi tanggap bencana*, Rumah BUMN berperan sebagai koordinator dalam penanganan bencana, bekerja sama dengan satuan tugas (satgas) terdekat. Dalam bidang pembiayaan, Rumah BUMN juga menjadi pusat informasi terkait *Kredit Usaha*

Rakyat (KUR) serta menjalankan program kemitraan yang mendukung akses permodalan bagi pelaku UMKM (Nugroyanti, 2024).

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah menjadi salah satu faktor utama dalam mendorong kemajuan berbagai sektor kehidupan. Data terbaru yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa Indeks Penggunaan Teknologi dan Informasi Indonesia pada tahun 2023 mencapai angka 5,67, meningkat sebesar 0,67% dibandingkan tahun 2022. Peningkatan ini mencerminkan tren positif dalam pemanfaatan TIK di tengah masyarakat, baik di bidang pendidikan, ekonomi, sosial, maupun pemerintahan.

Kemajuan teknologi digital terus mengalami evolusi pesat hingga saat ini memasuki era Revolusi Industri 4.0. Seiring dengan revolusi industri 4.0 dimana Usaha Mikro Kecil dan Menengah harus terhubung ke pasar digital, karena penggunaan internet semakin meningkat dan transaksi barang melalui platform e-commerce. Sehingga pada saat ini digitalisasi membawa perubahan bagi bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk memiliki peluang lebih besar dalam mengembangkan potensi dan di pasar digital. Digitalisasi membuka akses bagi UMKM untuk memasarkan produknya secara lebih luas, dengan memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial dan e-commerce supaya dapat bersaing secara local maupun hingga internasional .

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan program pendampingan dan pelatihan yang diselenggarakan Rumah BUMN untuk UMKM di Yogyakarta dalam menghadapi era digital?
2. Apa saja kendala yang dihadapi UMKM Yogyakarta dalam mengikuti program pendampingan dan pelatihan digitalisasi?
3. Sejauh mana efektivitas program Rumah BUMN dalam meningkatkan kapasitas digital untuk meningkatkan daya saing UMKM di Yogyakarta?

1.3 Batasan Penelitian/Ruang Lingkup

1. Ruang Lingkup Lokasi

Penelitian ini dibatasi pada program pendampingan dan pelatihan yang dilaksanakan oleh Rumah BUMN Yogyakarta tanpa mencangkup Rumah BUMN lain.

2. Subjek Penelitian

Fokus penelitian hanya pada UMKM Binaan yang secara aktif mengikuti program pendampingan dan pelatihan digital yang di adakan oleh Rumah BUMN.

1.4 Tujuan Penelitian Terapan

1. Untuk menggambarkan pelaksanaan program pendampingan dan pelatihan yang diselenggarakan Rumah BUMN untuk UMKM di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi UMKM Yogyakarta dalam mengikuti program pendampingan dan pelatihan digitalisasi.

3. Untuk mengeksplorasi peningkatan kinerja bisnis UMKM Yogyakarta melalui pemanfaatan teknologi digital berbasis hasil pelatihan dan pendampingan yang terstruktur.

1.5 Manfaat Penelitian Terapan

1. Manfaat Teoritis:

- Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam memperluas wawasan keilmuan di bidang pengembangan UMKM, terutama dalam hal strategi pendampingan dan pelatihan yang berbasis digital di era modern

2. Manfaat Praktis:

- Memberikan masukan konkret kepada Rumah BUMN dalam merancang dan mengimplementasikan program pendampingan yang lebih efektif dan sesuai kebutuhan UMKM.
- Membantu pelaku UMKM di Yogyakarta meningkatkan keterampilan digital mereka sehingga mampu bersaing di pasar yang semakin berbasis teknologi.
- Menjadi acuan bagi instansi atau lembaga lain yang ingin mengembangkan program serupa dalam mendukung transformasi digital UMKM.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Program Pendampingan dan Pelatihan

Pelatihan bagi pelaku UMKM merupakan suatu proses terstruktur yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta sikap guna mendukung pengelolaan usaha secara lebih efektif dan efisien. Pelatihan ini biasanya mencakup topik seperti pemasaran digital dan pemanfaatan teknologi digital. Pelatihan juga merupakan bagian dari pengembangan sumberdaya manusia yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kerja individu dalam organisasi (Siagian, 2022).

Pendampingan UMKM adalah kegiatan pemberian bantuan teknis, konsultatif, dan motivasional secara langsung oleh seorang fasilitator atau mentor kepada para pelaku UMKM, dengan tujuan mendampingi mereka menerapkan ilmu yang telah di peroleh secara nyata dalam pengelolaan bisnis (Koperasi Dan UKM Nomor 4 Tahun 2020, 2020).

Meningkatnya penetrasi teknologi digital turut mendorong perlunya pemahaman dan penerapan strategi pemasaran yang tepat, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui kegiatan pelatihan, UMKM didampingi dan dibekali arahan agar mampu secara konsisten memasarkan produk mereka di tengah dinamika pasar digital. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM melibatkan serangkaian yang mencakup konsep dasar digital marketing, penggunaan sosial media, dan strategi pemasaran online.

Melalui program pendampingan dan pelatihan, para pelaku UMKM diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai peluang serta manfaat yang ditawarkan oleh pemasaran digital.

2.2 Rumah BUMN

Rumah BUMN merupakan inisiatif yang dirancang oleh Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia untuk mendukung pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diseluruh Indonesia. Kementerian BUMN mengungsung ide ini sejak tahun 2016. Program ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM dilakukan dengan memberikan berbagai bentuk fasilitasi, seperti pelatihan, pendampingan dan akses terhadap teknologi serta pasar.

Sebanyak 250 Rumah BUMN telah didirikan dan tersebar diseluruh Indonesia yang dikelola oleh 14 BUMN, dengan 55 Rumah BUMN tersebar di Indonesia dibawah supervisi perusahaan BUMN di Indonesia. Rumah BUMN tersebar di berbagai daerah di Indonesia dengan masing masing dikelola oleh BUMN tertentu yang bertanggung jawab diwilayah tersebut. Setiap Rumah BUMN memiliki karakteristik dan kebutuhan yang berbeda tergantung kondisi UMKM di daerah tersebut sehingga dukungan yang dapat disalurkan secara lebih optimal dan sesuai dengan kebutuhan.

Salah satu dari Rumah BUMN tersebut adalah Rumah BUMN Yogyakarta, diremikan pada tahun 2017 berlokasi di Jalan Sagan Timur No.123 Kota Yogyakarta dengan beranggotakan lebih dari 46 ribu UMKM dari seluruh DIY berasal dari sektor Food and Beverage (F&B), Craft, Fashion, Home Decor, dan

Beauty & Weallnes. Rumah BUMN Yogyakarta dibawah supervise Bank Rakyat Indonesia (BRI).

Rumah BUMN Yogyakarta memiliki peran penting untuk pengembangan UMKM dan membantu masyarakat sekitar. Peran tersebut antara lain:

1. Pengembangan UMKM, Pengembangan kapasitas dan kapabilitas UMKM binaan Rumah BUMN dilakukan melalui kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti BUMN, instansi pemerintah, start-up, serta komunitas. Program pelatihan yang diselenggarakan difokuskan pada peningkatan kemampuan manajerial dan operasional para pelaku UMKM, pelatihan mencakup berbagai topik seperti manajemen keuangan, strategi pemasaran di era digital, pengembangan produk, dan digitalisasi bisnis. Pelatihan juga disesuaikan dengan kebutuhan pelaku UMKM binaan Rumah BUMN Yogyakarta.
2. *Basecamp Millennials*, Memberikan dukungan pembelajaran bagi generasi milenial melalui penyediaan fasilitas seperti ruang belajar kewirausahaan dan tempat magang yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa, termasuk magang konversi SKS, kegiatan Merdeka Kampus Merdeka (MKM), maupun program magang sukarela
3. *Co-Working space*, sebagai tempat inkubasi bisnis masyarakat. Inkubasi ini bisa berbentuk pembinaan, pendampingan dan pengembangan yang diberikan kepada UMKM. Inkubasi ini diharapkan dapat memperlancar keberhasilan usaha dengan ketersediaan sumber daya layanan yang dibutuhkan.

4. Tanggung jawab sosial Lingkungan, kontribusi sebagai satgas bencana baik bencana provinsi. Komitmen ini berusaha memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Program ini mengurangi dampak negatif operasional perusahaan dan kontribusi pada kesejahteraan sosial lingkungan.
5. Program PK/PL/KUR, Rumah BUMN Yogyakarta menjadi sarana peningkatan literasi dan referal UMKM terkait program PK/PL/KUR.

Rumah BUMN Yogyakarta menerapkan tahapan pemberdayaan UMKM melalui tiga fase utama. Tahap pertama, Go Modern, difokuskan pada pelatihan dan pendampingan dalam membangun identitas usaha, seperti pembuatan merek (brand), desain kemasan, strategi branding, standarisasi produk, manajemen bisnis, serta akuntansi sederhana. Tahap kedua, Go Digital, mencakup pelatihan dasar mengenai pemanfaatan teknologi digital, penggunaan aplikasi digital, dan pengelolaan media sosial. Tahap terakhir, Go Online, berfokus pada pelatihan dan pendampingan terkait iklan di media sosial, pemanfaatan marketplace, serta pembuatan situs web, blog, dan konten digital untuk mendukung strategi pemasaran.

Rumah BUMN Yogyakarta berhasil menarik 47.111 UMKM dengan kategori 46.893 UMKM mikro, 193 UMKM kecil. 25 UMKM menengah. Program yang sudah dilakukan oleh Rumah BUMN Yogyakarta terdapat 189 agenda yang terdiri dari pelatihan UMKM reguler, Event Kolaborasi, Holding, Event Kolaborasi Mitra.

2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu fokus utama dalam agenda pembangunan di berbagai negara. Hal ini didasarkan pada kontribusi signifikan UMKM, terutama dalam aspek ekonomi dan sosial bagi suatu negara. Selain meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara, UMKM sangat berperan dalam penyerapan tenaga kerja sektor informal dan pemerataan pendapatan masyarakat. (Sufiani Zahra, 2022)

Di Indonesia, pengertian UMKM dijabarkan secara jelas dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 serta Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kedua regulasi ini menjadi landasan hukum dalam klasifikasi dan pengembangan UMKM di Indonesia. Secara umum, definisinya adalah sebagai berikut:

1. *Usaha Mikro* merujuk pada kegiatan usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perseorangan yang sesuai dengan kriteria usaha mikro.
2. *Usaha Kecil* merupakan unit usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh perorangan atau badan usaha, dan tidak menjadi bagian, baik secara langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar, serta memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana diatur dalam peraturan yang berlaku.
3. *Usaha Menengah* adalah kegiatan usaha ekonomi produktif yang juga berdiri sendiri, dikelola oleh perorangan atau badan usaha, dan tidak

berafiliasi sebagai anak usaha atau cabang dari usaha kecil maupun besar, serta telah memenuhi ketentuan usaha menengah menurut peraturan yang ditetapkan.

Pengelompokan UMKM ini didasarkan pada dua indikator utama, yaitu jumlah kekayaan atau aset yang dimiliki serta omzet atau pendapatan tahunan dari usaha tersebut.

Tabel 2.1
Kriteria UMKM

No	Usaha	Asset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks. 1 Miliar	Maks. 2 Miliar
2	Usaha Kecil	>1 Miliar – 5 Miliar	>2 Miliar – 15 Miliar
3	Usaha Menengah	>5 Miliar – 10 Miliar	>15 Miliar – 50 Miliar

Sumber : PP No. 7 Tahun 2021

2.4 Digitalisasi UMKM

Digitalisasi kini menjadi aspek krusial bagi UMKM untuk mampu bertahan dan bersaing di tengah meningkatnya intensitas persaingan pasar. Penerapan teknologi digital berpotensi meningkatkan efisiensi operasional, mendorong pertumbuhan pendapatan, serta membentuk budaya organisasi yang lebih adaptif terhadap dinamika bisnis. Namun, proses digitalisasi tidak lepas dari berbagai tantangan dan risiko yang harus diantisipasi. Kegagalan dalam menjalankan transformasi digital dapat memberikan dampak negatif bagi keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi digitalisasi yang tepat guna membantu UMKM menavigasi perubahan dan beradaptasi dengan tuntutan era digital saat ini.

Dalam menghadapi era digital, UMKM dituntut untuk menerapkan strategi yang relevan dan sesuai dengan karakteristik serta kebutuhan masing-masing usaha. Strategi tersebut mencakup pembaruan teknologi dalam operasional bisnis, optimalisasi konten melalui penerapan teknik SEO, pemanfaatan platform media sosial sebagai sarana promosi, penggunaan alat analitik untuk pengambilan keputusan, penerapan teknologi keuangan (*financial technology*), digitalisasi dalam pengelolaan sumber daya manusia, serta memastikan tersedianya infrastruktur digital yang memadai dan berkualitas. Kesuksesan dalam dunia digital ditentukan oleh berbagai faktor seperti keterampilan IT, keterampilan manajemen personalia, transaksi online, keberadaan teknologi berkualitas dan faktor lainnya yang relevan dengan konteks tersebut. Oleh karena itu, UMKM perlu memperhatikan faktor-faktor dalam mengambil langkah yang tepat dalam mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada (Evangeulista, Agustin, Putra, Destiana, dan Madiistriyatno, 2023).

Digitalisasi telah merambah berbagai aspek, khususnya dalam operasional dan strategi pemasaran. Melalui pemanfaatan situs web dan media sosial, sistem pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif terjangkau. Hal ini membuka peluang bagi pelaku UMKM untuk memperoleh lebih banyak pelanggan tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Selain itu, proses bisnis juga dapat disederhanakan melalui penerapan teknologi digital, di mana setiap bagian operasional dapat terintegrasi dalam satu sistem yang membuat aktivitas usaha menjadi lebih praktis, efisien, dan hemat biaya (Wijoyo, 2020).

Meskipun sebagian besar pelaku UMKM telah memiliki perangkat seperti smartphone atau komputer yang terhubung dengan internet, pemahaman mereka terhadap pemasaran digital masih tergolong rendah. Keterbatasan literasi digital ini menjadi salah satu hambatan utama dalam proses transformasi digital UMKM, khususnya dalam mengoptimalkan potensi bisnis secara daring (Handayani, 2023).

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian terdahulu

No	Judul Penelitian	Analisa Data	Hasil Penelitian
1.	Implementasi Program Digitalisasi UMKM Melalui Rumah BUMN Yogyakarta	Metode Kualitatif deskriptif. Wawancara. Menggunakan analisis data reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.	Program digitalisasi UMKM yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN Yogyakarta secara rutin setiap tahun telah memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha. Melalui program ini, pelaku UMKM merasakan peningkatan pemahaman terkait

No	Judul Penelitian	Analisa Data	Hasil Penelitian
			strategi pemasaran digital serta mengalami peningkatan dalam penjualan produk mereka.
2.	Peran Rumah BUMN Dalam Pengembangan Usaha UMKM Di Kota Samarinda	Metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data wawancara, observasi. Analisa data menggunakan reduksi data dan melakukan keabsahan data dengan teknik triangulasi sumber.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pelatihan Rumah BUMN termasuk ke dalam kategori baik. Hal tersebut dinilai telah memberikan hasil yang baik kepada pelaku UKM, memberikan pemahaman untuk mengembangkan usaha yang mereka miliki dengan diadanya

No	Judul Penelitian	Analisa Data	Hasil Penelitian
			pelatihan serta mentoring secara gratis.
3.	Pembentukan Platform Digital Ecommerce dan Pembinaan E-commerce UMKM oleh Rumah BUMN BRI DI Yogyakarta	Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan pengumpulan data sekunder. Data penelitian diperoleh dari kategori pengurus Rumah BUMN dan UMKM binaan	Hasil temuan menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital e-commerce di Rumah BUMN Yogyakarta merupakan bagian dari konstruksi sosial teknologi, yang dimanfaatkan melalui tiga jenis platform, yaitu e-commerce umum, e-commerce khusus, dan media sosial. Ketiga platform ini digunakan sebagai alat pendukung dalam proses pelatihan

No	Judul Penelitian	Analisa Data	Hasil Penelitian
			<p>UMKM yang terdiri dari tahapan Go Modern, Go Digital, dan Go Online. Penggunaan platform digital e-commerce dalam pelatihan ini terbukti menjadi solusi efektif bagi UMKM dalam mengatasi permasalahan pemasaran produk serta membantu meningkatkan kualitas usaha untuk naik kelas menuju transformasi ekonomi digital.</p>
4.	Strategi Pemberdayaan Rumah BUMN Telkom pada	Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode yang	Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa strategi rumah BUMN Telkom dalam

No	Judul Penelitian	Analisa Data	Hasil Penelitian
	UMKM di Kota Parepare	<p>digunakan adalah analisis deskriptif.</p> <p>Sumber Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.</p> <p>Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk menjamin keabsahan temuan, peneliti menggunakan teknik triangulasi.</p> <p>Selanjutnya, data yang telah diperoleh dianalisis dan disimpulkan guna menjawab rumusan</p>	<p>memberdayakan UMKM di kota parepare berupa pemberian pelatihan dan promosi.</p>

No	Judul Penelitian	Analisa Data	Hasil Penelitian
		masalah dalam penelitian	
5.	Peran Pembinaan Rumah Kreatif Bumh Bank Bri Cabang Timika Terhadap UMKM	Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif.	Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa pengembangan Rumah Kreatif BUMN Bank BRI Cabang Timika telah memberikan dampak yang sangat baik terhadap pelaku UMKM setelah adanya pelatihan, pendampingan, dan modal aset.

Sumber : data diolah (2025)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis studi kasus, untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana program pendampingan dan pelatihan yang dilakukan oleh Rumah BUMN.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh elemen, baik objek maupun subjek, yang menjadi fokus dalam suatu penelitian (Amin, Garancang, dan Abunawas, 2023). Populasi pada penelitian ini yaitu UMKM Binaan Rumah BUMN Yogyakarta.

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih karena memiliki karakteristik yang mewakili keseluruhan populasi (Amin, Garancang, dan Abunawas, 2023). Sampel dari penelitian ini yaitu UMKM Binaan Rumah BUMN Yogyakarta yang aktif mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan yang diadakan oleh Rumah BUMN Yogyakarta. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling* tersebut dipilih 4 UMKM dengan usaha yang berbeda sebagai partisipan yang dianggap memenuhi kriteria dan dapat memberikan informasi yang banyak terkait fenomena yang diteliti. Selain itu pada penelitian ini penulis memanfaatkan momentum magang di Rumah BUMN Yogyakarta untuk melakukan observasi (*Observer*) untuk mengamati bagaimana pendampingan dan pelatihan Rumah BUMN bagi

UMKM Yogyakarta di era digital. Adapun kriteri yang dibutuhkan untuk membantu penulis mendapatkan informasi yang cukup dan relevan sebagai berikut:

1. UMKM yang terlibat aktif dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan minimal 5 kali mengikuti pelatihan. Hal ini dikandung maksud agar informan memiliki pengalaman yang cukup untuk memberikan penilaian yang mendalam, reflektif, dan representatif terhadap proses, kepuasan, serta dampak dari program pendampingan dan pelatihan Rumah BUMN.
2. Menjalankan bisnis dengan digitalisasi usaha.
3. Merepresentasikan usaha mikro, kecil dan menengah.

Pemilihan dilakukan berdasarkan kriteria keterlibatan aktif dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan. Adapun profil ke 4 UMKM (partisipan) tersebut adalah sebagai berikut.

Nama UMKM 1	: Ayumi Bross (Aksesoris)
Pemilik UMKM	: Arumy Budhi Handayani
Nama UMKM 2	: KhumKhum (Makanan)
Pemilik UMKM	: Hanum Wahyu
Nama UMKM 3	: Batik Hayuningrat (Fahion)
Pemilik UMKM	: Dewi ratna sari
Nama UMKM 4	: Rakuma.id (Makanan)
Pemilik UMKM	: Abrar

3.3 Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan beberapa metode yaitu:

1. Wawancara mendalam (*in-dept interview*): untuk menggali pengalaman, persepsi, dan perubahan yang dirasakan oleh pelaku UMKM. Adapun point penting yang digali pada saat wawancara adalah sebagai berikut:
 - a. Pelaksanaan program pendampingan dan pelatihan.
 - b. Kendala dalam mengikuti program pendampingan dan pelatihan digitalisasi.
 - c. Efektivitas program terhadap kapasitas digital dan daya saing.
2. Observasi partisipasi : Peneliti terlibat langsung dalam proses pelatihan untuk memahami interaksi dan dinamika pembelajaran.
3. Dokumentasi: pengumpulan dokumentasi

3.4 Definisi dan Pengukuran Operasional Variabel

Variabel Utama: Program pendampingan dan pelatihan Rumah BUMN

Segala bentuk kegiatan pendampingan dan pelatihan yang diadakan oleh Rumah BUMN kepada UMKM binaan di Yogyakarta dengan tujuan meningkatkan kompetensi dan digitalisasi usaha.

Indikator:

- Jenis pelatihan dan pendampingan yang diberikan (pemasaran digital, digitalisasi bisnis, dll)
- Materi pelatihan dan metode yang digunakan
- Peran fasilitator atau mentor Rumah BUMN
- Persepsi UMKM terhadap manfaat program

Pengukuran Operasional:

- Wawancara dengan UMKM Binaan

- Dokumentasi kegiatan pelatihan
- Observasi pasrtisipatif saat pelatihan berlangsung
- Analisis naratif dari pengalaman UMKM

Variabel Konteks: UMKM Yogyakarta di Era Digital

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) binaan Rumah BUMN di wilayah Yogyakarta yang sedang beradaptasi dengan penggunaan teknologi digital dalam menjalankan usahanya.

Indikator:

- Kendala Digitalisasi

Pengukuran Operasional:

- Studi kasus pada UMKM yang aktif
- Narasi pengalaman digitalisasi dari UMKM

Variabel konteks: Efektivitas program Rumah BUMN dalam meningkatkan kapasitas digital.

Efektivitas program Rumah BUMN diartikan sebagai sejauh mana program ini berhasil mencapai tujuannya, yakni memberikan pelatihan, pendampingan, dan akses digitalisasi kepada UMKM untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing mereka

Indikator:

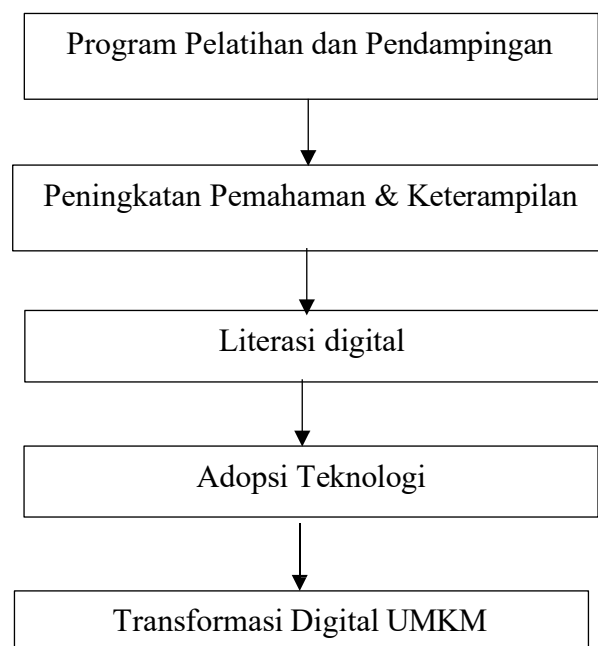
- Tingkat partisipasi UMKM dalam program (Jumlah UMKM terlibat)
- Kepuasan peserta terhadap pelatihan/kegiatan
- Tingkat keberhasilan implementasi digitalisasi setelah pelatihan

Pengukuran Operasional:

- Wawancara mendalam
- Dokumentasi kegiatan

3.5 Kerangka Teoritis

Program pelatihan dan pendampingan yang sesuai dan pemberdayaan dapat meningkatkan pemahaman serta keterampilan digital UMKM. Dengan meningkatkan literasi digital, UMKM lebih mampu mengadopsi teknologi sesuai kerangka adopsi inovasi. Hal ini akan mendorong tranfromasi digital usaha, meningkatkan daya saing dan memperluas akses pasar. Gambar kerangka teoritis adalah sebagai berikut :



Sumber :Data diolah penulis (2025)

Gambar 3.1 Kerangka Teoritis

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian merupakan proses sistematis yang bertujuan untuk mengolah data mentah melalui pendekatan kualitatif agar menghasilkan informasi yang bermakna, relevan, dan sesuai dengan fokus permasalahan yang dikaji (Susanto dkk, 2024).

Penelitian ini menggunakan metode analisis tematik (thematic analysis):

1. Transkrip Data Dari Wawancara dan Catatan Observasi.

Semua data yang diperoleh dari wawancara dengan pelaku UMKM dan pendampingan program Rumah BUMN serta catatan observasi selama proses pelatihan dan pendampingan ditranskripsikan secara verbatim. Transkripsi ini menjadi dasar analisis untuk memahami konteks dan pengalaman partisipan secara mendalam.

2. Koding awal terhadap data yang relevan.

Setelah data ditranskrip, peneliti melakukan koding awal, yaitu memberikan tanda atau label pada bagian-bagian data yang relevan dengan fokus penelitian.

3. Identifikasi dan Pengelompokan Tema

Kode-kode yang memiliki keterkaitan atau makna yang serupa kemudian dikelompokkan menjadi tema-tema utama. Dalam konteks ini tema-tema yang muncul diantaranya: Pelatihan Digital oleh Rumah BUMN, pendampingan UMKM, Peningkatan Literasi Digital. Tema-tema ini menggambarkan bagaimana program Rumah BUMN membentuk proses transformasi digital bagi UMKM di Yogyakarta.

4. Penafsiran makna dari tiap tema dalam konteks penguatan UMKM di era digital.

Setelah tema utama diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah menafsirkan makna dari setiap tema tersebut dalam konteks penelitian. Setiap tema dianalisis lebih lanjut untuk mengungkap makna yang lebih dalam dan relevansinya terhadap penguatan kapasitas UMKM di era digital. Misalnya, tema Pelatihan Digital di Rumah BUMN Yogyakarta menunjukkan bahwa Program ini tidak hanya menekankan pada penyampaian materi teknis, tetapi juga berupaya membangun pola pikir digital yang adaptif di kalangan pelaku usaha.

3.7 Triangulasi Data

Guna menjamin keabsahan dan validitas temuan dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan metode verifikasi data yang dilakukan dengan memanfaatkan sumber atau pendekatan lain di luar data utama sebagai alat pembanding untuk memastikan konsistensi dan kebenaran informasi yang diperoleh.

Penelitian ini menggunakan tiga tipe jenis triangulasi, yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Dilakukan dengan membandingkan dan mengecek kembali informasi yang diperoleh dari:

- Pelaku UMKM Binaan Rumah BUMN Yogyakarta
- Dokumentasi kegiatan pelatihan

Hal ini bertujuan untuk mengonfirmasi konsistensi pengalaman dan persepsi antar pihak yang terlibat langsung dalam program pelatihan dan pendampingan.

2. Triangulasi Teknik (Metode)

Penggunaan beragam teknik pengumpulan data yang berbeda bertujuan untuk memperoleh informasi yang serupa, sehingga dapat meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan penelitian

- Wawancara mendalam
- Observasi Partisipatif
- Studi dokumentasi

Dengan membandingkan hasil ketiga teknik tersebut, peneliti dapat memperkuat keabsahan informasi yang diperoleh dari satu teknik melalui pembandingan teknik lain.

3. Triangulasi Waktu

Pengumpulan data dilakukan dalam beberapa kesempatan yang berbeda misalnya sebelum, selama, dan sesudah pelatihan untuk melihat konsistensi dan dinamika pengalaman informan dalam mengikuti program Rumah BUMN.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Rumah BUMN Yogyakarta

Rumah BUMN Yogyakarta merupakan pusat layanan terpadu yang berfungsi sebagai wadah pemberdayaan UMKM di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Sejak diresmikan pada tahun 2017 dan berlokasi di Jalan Sagan Timur No.123, Rumah BUMN berperan sebagai pusat pembinaan dan pengembangan UMKM melalui penerapan berbagai strategi yang terarah dan berkelanjutan. Dikelola oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI), Rumah BUMN Yogyakarta kini menaungi lebih dari 47.000 UMKM yang berasal dari berbagai sektor seperti Food and Beverage (F&B), Craft, Fashion, Home Decor, dan Beauty & Weallnes.

Rumah BUMN Yogyakarta memfasilitasi pelaku UMKM melalui berbagai bentuk pelatihan dan pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kapasitas masing-masing pelaku usaha. Program pelatihan disusun secara bertahap dan berkelanjutan, dengan tahapan pemberdayaan meliputi Go Modern, Go Digital, dan Go Online. Pada tahap Go Modern, UMKM dibekali pengetahuan seputar pembuatan brand, desain kemasan, standardisasi produk, serta manajemen bisnis dan akuntansi sederhana. Selanjutnya, tahap Go Digital berfokus pada penguasaan keterampilan digital dasar seperti penggunaan media sosial dan aplikasi digital yang menunjang kegiatan usaha. Terakhir, tahap Go Online mendorong UMKM untuk mengoptimalkan marketplace, melakukan promosi digital melalui iklan berbayar, serta memproduksi konten dan website untuk meningkatkan jangkauan pasar.

Selain itu, Rumah BUMN Yogyakarta juga menyediakan co-working space yang dapat dimanfaatkan pelaku UMKM sebagai tempat kolaborasi dan akses teknologi, serta menjadi tempat inkubasi bisnis yang memberikan pembinaan dan pendampingan usaha secara intensif. Terdapat juga program Basecamp Millennials yang dibuka bagi generasi muda untuk belajar kewirausahaan dan mengikuti program magang berbasis aktivitas UMKM.

Hingga saat ini, Rumah BUMN Yogyakarta telah menyelenggarakan lebih dari 189 kegiatan pelatihan dan event kolaboratif, termasuk workshop, diskusi panel, dan pelatihan tematik. Semua kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan daya saing dan kemampuan digital UMKM binaan, serta mendorong pelaku usaha untuk mampu bertahan dan berkembang di tengah dinamika ekonomi dan transformasi teknologi yang terus berkembang. Pendekatan yang digunakan bersifat adaptif, menyesuaikan dengan kebutuhan serta tantangan yang dihadapi UMKM di era digital. Rumah BUMN Yogyakarta telah membuktikan diri sebagai pusat pemberdayaan yang efektif dalam memperkuat sektor UMKM di wilayah Yogyakarta.

4.2 Hasil dan Pembahasan

Pada bab 4 ini peneliti memaparkan fokus dari penelitian ini yaitu Bagaimana pelaksanaan program pendampingan dan pelatihan yang diselenggarakan Rumah BUMN untuk UMKM di Yogyakarta dalam menghadapi era digital, Apa saja kendala yang dihadapi UMKM Yogyakarta dalam mengikuti program pendampingan dan pelatihan digitalisasi dan Sejauh mana efektivitas program Rumah BUMN dalam meningkatkan kapasitas digital untuk meningkatkan daya

saing UMKM di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan jenis studi kasus, untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana program pendampingan dan pelatihan yang dilakukan oleh Rumah BUMN. Dengan kata lain, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif berbagai aspek yang berkaitan dengan subjek penelitian, mencakup pertanyaan mengenai apa, di mana, siapa, kapan, bagaimana, dan mengapa, serta elemen-elemen relevan lainnya yang dapat memberikan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Peneliti diharapkan menggali data berdasarkan apa yang diungkapkan, dirasakan, dan dilakukan oleh sumber data. Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti berfokus pada apa yang terjadi di lapangan, bukan berdasarkan asumsi peneliti, tetapi berdasarkan pengalaman dan persepsi yang dialami oleh sumber data. Dengan pendekatan ini, diharapkan peneliti dapat memaparkan, menjelaskan, dan menggambarkan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan para informan.

Pada bab 4 ini dibagi menjadi 3 bagian agar lebih sistematis dan terarah yaitu sebagai berikut:

1. Deskripsi informan penelitian
2. Deskripsi hasil penelitian
3. Pembahasan

4.2.1 Deskripsi Informan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada empat pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) binaan Rumah BUMN Yogyakarta, yaitu:

1. Batik Hayuningrat

Informan pertama adalah Dewi Ratna Sari, pemilik dari UMKM Batik Hayuningrat, Batik Hayuningrat merupakan UMKM yang bergerak di bidang fashion, khususnya dalam produksi dan penjualan batik. Berdiri pada tahun 2021, UMKM ini termasuk kategori usaha kecil dengan cakupan produksi yang sudah berkembang. Produk-produk Batik Hayuningrat memiliki ciri khas pada motif yang menggabungkan unsur tradisional dan modern. Lokasi usaha ini berada di wilayah Yogyakarta tepatnya di Jalan Malioboro. Sejak bergabung sebagai binaan Rumah BUMN Yogyakarta, pelaku usaha mulai aktif mengikuti pelatihan digital marketing, branding, serta pameran UMKM, yang secara perlahan meningkatkan eksistensinya di media sosial.

2. Khum-Khum

Informan kedua adalah Hanum Wahyu W, pemilik dari UMKM Khum-Khum, UMKM Khum-Khum merupakan usaha dibidang kuliner yang mulai beroperasi sejak tahun 2020. Termasuk dalam kategori mikro, Khum-Khum menawarkan berbagai produk makanan olahan rumah. Produk andalannya berupa jamur crispy makanan ringan khas yang mudah dijangkau oleh berbagai kalangan. Bergabungnya Khum-Khum dengan Rumah BUMN memberikan dampak signifikan dalam peningkatan keterampilan pemasaran digital. Program pendampingan yang diterima juga membantu pelaku usaha dalam memahami pentingnya branding untuk UMKM.

3. Rakuma.Id

Informan ketiga adalah Abrar, pemilik dari Rakuma.Id.

Rakuma.Id adalah UMKM berskala kecil yang mulai dirintis pada tahun 2021. UMKM ini berfokus pada produksi makanan ringan berbasis kurma, seperti *snack* kurma dan cokelat, selai kurma, susu kurma, serta *cookies* kurma. Seluruh produk Rakuma.Id dibuat tanpa bahan pengawet, tanpa pewarna buatan, dan rendah gula (*less sugar*), sehingga cocok untuk konsumen yang peduli terhadap gaya hidup sehat. Dengan mengangkat bahan kurma sebagai bahan utama. Keikutsertaan Rakuma.Id dalam program pelatihan dan pendampingan Rumah BUMN Yogyakarta memberikan dorongan signifikan bagi pertumbuhan usahanya. Rakuma.Id kini semakin dikenal sebagai salah satu pelopor camilan sehat berbasis kurma di Yogyakarta.

4. Ayumi Bross

Informan keempat adalah Arumy Budhi Handayani, pemilik dari UMKM Ayumi Bross, Ayumi Bross merupakan UMKM yang memproduksi aksesoris handmate, seperti bros, pin berbahan dasar kain flanel dan manik-manik. Berdiri sejak tahun 2015, Ayumi Bross termasuk dalam kategori usaha mikro yang bertahan dalam jangka panjang dengan keunggulan desain yang unik dan personal. Produk Ayumi Bross banyak diminati untuk keperluan hadiah, maupun kebutuhan fashion sehari-hari. Berlokasi di Yogyakarta, Keterlibatan Ayumi Bross dalam program Rumah BUMN

memberikan banyak peluang untuk mengikuti pelatihan fotografi produk dan pengemasan sehingga meningkatkan daya tarik visual produk.

Keempat UMKM tersebut telah mengikuti lebih dari lima kali program pendampingan dan pelatihan yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN dan aktif dalam pengembangan bisnis secara digital.

4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Pada deskripsi hasil penelitian menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*) dengan 4 alur kegiatan dalam menganalisis data yaitu: Transkrip data, Koding awal, Pengelompokan tema, dan Menyajikan hasil.

Dimulai dari Bagaimana pelaksanaan program pendampingan dan pelatihan yang diselenggarakan Rumah BUMN untuk UMKM di Yogyakarta dalam menghadapi era digital, Apa saja kendala yang dihadapi UMKM Yogyakarta dalam mengikuti program pendampingan dan pelatihan digitalisasi dan Sejauh mana efektivitas program Rumah BUMN dalam meningkatkan kapasitas digital untuk meningkatkan daya saing UMKM di Yogyakarta .

4.2.2.1 Pelaksanaan program pendampingan dan pelatihan yang diselenggarakan Rumah BUMN untuk UMKM di Yogyakarta

Tabel 4.1

Jenis Pelatihan Dan Pendampingan yang diberikan

INFORMAN	PERTANYAAN / JAWABAN :	KATA KUNCI
	Jenis pelatihan dan pendampingan apa saja yang diberikan oleh Rumah BUMN Yogyakarta ?	
Batik Hayuningrat	Digital Marketing, Shoppe, Tokopedia, AI	Transformasi digital,

INFORMAN	PERTANYAAN / JAWABAN :	KATA KUNCI
		marketplace, pemanfaatn AI, Literasi diigtal.
Khum-Khum	Digital Marketing, Shoppe, Pelatihan Ekspor, dan Keuangan	Promosi online, Pencatatan Keuangan, kesiapan Ekspor, penguatan kapasitas usaha
Rakuma.Id	Pelatihan Bussines Plan, Digital Mrketing, Branding, Packaging, Networking dan kolaborasi antar UMKM	Peningkatan Kapasitas Bisnis, kolaborasi digital, Digitalisasi UMKM
Ayumi Bross	Packaging Produk, Foto Produk, Digital Marketing	Kemasan Produk, konten visual, Pemasaran Digital.

Sumber: data diolah penulis (2025)

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan para informan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa jenis pendampingan dan pelatihan yang diberikan oleh Rumah BUMN Yogyakarta mencakup berbagai aspek penting dalam mendukung transformasi digital dan peningkatan kapasitas usaha UMKM.

Pelatihan tersebut meliputi:

1. Digital Marketing

Semua UMKM yang diwawancarai mengikuti pelatihan ini. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kemampuan promosi dan pemasaran produk secara online melalui media sosial dan berbagai platform digital lainnya.

2. Marketplace dan E-commerce (Shopee, Tokopedia)

Pelatihan ini membantu UMKM dalam memahami dan memanfaatkan platform marketplace untuk menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan penjualan secara daring.

3. Pemanfaatan Teknologi dan AI

Beberapa UMKM diberikan pelatihan terkait penggunaan teknologi terkini, termasuk kecerdasan buatan (AI), guna mendukung efisiensi operasional dan strategi pemasaran yang lebih modern.

4. Perencanaan Bisnis (Business Plan)

Pelatihan ini bertujuan untuk membantu UMKM menyusun rencana bisnis yang terstruktur dan berkelanjutan, termasuk pemetaan pasar dan strategi pengembangan usaha.

5. Branding dan Packaging Produk

UMKM dibekali keterampilan dalam membangun identitas merek (branding) dan mendesain kemasan produk yang menarik agar lebih kompetitif di pasar.

6. Pembuatan Konten Visual dan Foto Produk

Pendampingan dalam pembuatan konten visual bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk secara digital melalui foto produk yang menarik dan profesional.

7. Pencatatan Keuangan dan Manajemen Usaha

Pelatihan ini diberikan untuk meningkatkan literasi keuangan UMKM, termasuk pencatatan transaksi, pengelolaan modal, dan laporan keuangan sederhana.

8. Kesiapan Ekspor

Beberapa UMKM mendapatkan pelatihan untuk mempersiapkan produknya agar mampu menembus pasar ekspor, termasuk aspek legalitas, kualitas produk, dan pemasaran global.

9. Networking dan Kolaborasi Antar UMKM

Rumah BUMN juga memfasilitasi pelatihan yang mempertemukan pelaku UMKM untuk saling berbagi pengalaman, menjalin kerja sama, serta memperluas jejaring bisnis.

Tabel 4.2

Materi pelatihan dan metode yang digunakan

INFORMAN	PERTANYAAN / JAWABAN	KATA KUNCI
	Materi pelatihan dan metode apa saja yang digunakan oleh Rumah BUMN Yogyakarta?	
Batik Hayuningrat	Materi pelatihan sangat relevan dengan kebutuhan usaha saya. Pendamping juga memberikan penjelasan teoritis dan contoh praktis, termasuk review langsung media	Literasi digital, praktik.

INFORMAN	PERTANYAAN / JAWABAN	KATA KUNCI
	sosial peserta. Metode ini menunjukkan pendekatan praktik langsung dan studi kasus.	
Khum-Khum	Materi yang di sampaikan meliputi pemasaran digital, manajemen usaha, inovasi produk, strategi branding dan pengelolaan keuangan. Metode yang disampaikan dengan metode kombinasi antara teori dan contoh nyata.	Praktik, kapasitas bisnis, manajemen usaha.
Rakuma.Id	Materi yang diajarkan bersifat praktis seperti pencatatan keuangan, strategi bisnis, dan pemasaran digital- Disampaikan secara interaktif dan aplikatif- Narasumber memberi banyak contoh nyata dan pengalaman pribadi	Metode yang digunakan berdasarkan pengalaman, interaktif.
Ayumi Bross	Materi bersifat teknis dan aplikatif seperti cara pengemasan produk, teknik foto produk yang menarik, serta strategi pemasaran digital. Metode yang di sampaikan menggunakan campuran teori singkat dan praktik langsung (terutama dalam sesi fotografi yang langsung praktik foto produk para UMKM)	Aplikatif, digital branding, pengembangan visual.

Sumber : data diolah penulis (2025)

Berdasarkan wawancara dengan para informan di atas, materi pelatihan dan metode yang digunakan oleh Rumah BUMN Yogyakarta menunjukkan pendekatan yang terarah, relevan, dan aplikatif dalam menjawab kebutuhan nyata para pelaku UMKM. Adapun materi dan metode yang digunakan dapat dirinci sebagai berikut:

1. Pemasaran Digital (Digital Marketing):

Materi ini menjadi fokus utama dalam hampir semua pelatihan, membantu UMKM dalam mengoptimalkan media sosial, platform online, dan strategi digital lainnya untuk memasarkan produk.

2. Manajemen Usaha dan Keuangan:

Meliputi pencatatan keuangan, pengelolaan usaha, strategi bisnis, serta perencanaan keuangan sederhana agar UMKM lebih terorganisir dan profesional.

3. Strategi Branding dan Inovasi Produk:

Materi ini mencakup bagaimana membangun citra merek dan mengembangkan produk yang memiliki nilai tambah serta mampu bersaing di pasar digital.

4. Pengemasan dan Visual Produk:

Diajarkan teknik-teknik praktis terkait kemasan produk, pengambilan foto produk, dan pembuatan konten visual agar produk terlihat menarik di platform digital.

5. Penguatan Literasi Digital dan Kapasitas Bisnis:

Materi ini menekankan pada pemahaman pentingnya digitalisasi dalam operasional dan pengembangan usaha secara menyeluruh.

Metode Pelatihan yang digunakan:

1. Kombinasi Teori dan Praktik Langsung:

Hampir semua informan menyatakan bahwa pelatihan dilakukan melalui penyampaian teori singkat yang kemudian dilanjutkan dengan praktik langsung, seperti mengulas media sosial UMKM, praktik foto produk, hingga simulasi pemasaran digital.

2. Pendekatan Interaktif dan Aplikatif:

Metode pelatihan bersifat interaktif, di mana peserta dilibatkan dalam diskusi, studi kasus, dan berbagi pengalaman. Pendekatan ini membuat pelatihan terasa lebih nyata dan kontekstual.

3. Studi Kasus dan Umpan Balik Langsung:

Beberapa sesi pelatihan melibatkan studi kasus nyata dan review langsung terhadap media atau strategi bisnis peserta, sehingga peserta dapat langsung memperoleh masukan dan perbaikan.

Materi pelatihan yang diberikan oleh Rumah BUMN Yogyakarta bersifat praktis, aplikatif, dan kontekstual, mencakup aspek penting seperti digital marketing, pengelolaan keuangan, inovasi produk, dan pengembangan visual. Metode pelatihan mengutamakan pendekatan partisipatif, dengan kombinasi teori dan praktik langsung, serta penggunaan studi kasus nyata dan pengalaman narasumber. Hal ini menunjukkan bahwa Rumah BUMN Yogyakarta tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga membekali UMKM dengan keterampilan yang bisa langsung diterapkan dalam operasional usaha mereka.

Tabel 4.3
Peran fasilitator atau mentor Rumah BUMN

INFORMAN	PERTANYAAN / JAWABAN	KATA KUNCI
	Apa Peran fasilitator atau mentor Rumah BUMN Yogyakarta ?	
Batik Hayuningrat	Para pendamping berasal dari tim Rumah BUMN dan praktisi ahli, berkompeten, terbuka, dan membimbing secara aktif. Ini menunjukkan peran aktif mentor dalam transfer pengetahuan dan penguatan kapasitas peserta.	Fasilitator aktif, transfer pengetahuan.
Khum-Khum	Fasilitator berasal dari tim Rumah BUMN dikalangan profesional. Mereka dianggap berkompeten, terbuka, dan aktif membimbing. Memberikan arahan dan membuka diskusi terkait kebutuhan spesifik UMKM peserta. Membantu peserta memahami dan mengaplikasikan materi secara langsung.	Profesional, responsif, diskusi kebutuhan UMKM.
Rakuma.Id	Fasilitator berasal dari kalangan praktisi seperti Owner Sate Ratu, Mas Andromega (ahli digital marketing), Mas Andika (pelaku usaha), serta dari Dinas- Memberikan inspirasi dan pengalaman langsung- Pendampingan dianggap inspiratif dan kontekstual sesuai dunia UMKM sehari-hari.	Paktik lapangan, inspiratif, pengalaman langsung
Ayumi Bross	Narasumber berasal dari praktisi yang ahli di bidangnya: fotografer produk, pakar digital marketing, dan pelaku UMKM	Pengalaman langsung,

INFORMAN	PERTANYAAN / JAWABAN	KATA KUNCI
	sukses. Penyampaian materi disesuaikan dengan kemampuan peserta dan diberikan secara komunikatif, interaktif, serta berbasis pengalaman nyata.	komunikatif, interaktif.

Sumber: data diolah penulis (2025)

Berdasarkan wawancara dengan para informan di atas, peran fasilitator atau mentor Rumah BUMN Yogyakarta sangat penting dalam mendukung proses pelatihan dan pendampingan UMKM. Fasilitator tidak hanya berfungsi sebagai penyampai materi, tetapi juga sebagai pendamping aktif yang memahami kebutuhan peserta secara kontekstual dan praktis. Adapun peran mereka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Peran Fasilitator atau Mentor:

1. Sebagai Penyampai Materi dan Transfer Pengetahuan

Fasilitator berperan dalam menyampaikan materi yang relevan dan aplikatif dengan pendekatan yang komunikatif, serta memastikan peserta memahami konsep-konsep yang diberikan. Peran ini juga termasuk memberikan penjelasan teknis serta contoh nyata yang kontekstual dengan usaha peserta.

2. Pendamping Aktif dan Responsif terhadap Kebutuhan UMKM

Fasilitator tidak hanya menyampaikan teori, tetapi juga secara aktif mendampingi peserta melalui diskusi terbuka, tanya jawab, serta arahan praktis yang sesuai dengan kebutuhan spesifik setiap UMKM.

3. Profesional dan Berpengalaman di Bidangnya

Fasilitator berasal dari berbagai latar belakang, seperti praktisi bisnis, pelaku UMKM sukses, pakar digital marketing, fotografer produk, hingga

perwakilan dari dinas. Hal ini memberikan perspektif yang luas dan nyata kepada peserta.

4. Inspiratif dan Kontekstual

Pengalaman langsung dari fasilitator menjadikan proses pelatihan tidak hanya teoritis, tetapi juga menginspirasi peserta dengan kisah sukses nyata. Materi disampaikan dengan gaya yang sesuai dengan realitas dunia UMKM, sehingga lebih mudah dipahami dan diterapkan.

5. Interaktif dan Komunikatif

Pendekatan fasilitator bersifat interaktif, di mana peserta diajak berdialog dan dilibatkan secara aktif dalam proses pelatihan. Ini menciptakan suasana belajar yang kolaboratif dan menyenangkan.

Peran fasilitator atau mentor dalam pelatihan Rumah BUMN Yogyakarta adalah sebagai mitra strategis dalam proses pembelajaran dan pengembangan UMKM. Mereka tidak hanya bertindak sebagai narasumber, tetapi juga sebagai pendamping aktif, profesional, inspiratif, dan responsif terhadap kebutuhan peserta. Melalui pendekatan yang komunikatif dan berbasis pengalaman nyata, fasilitator mampu mendorong transfer pengetahuan secara efektif dan membangun kapasitas pelaku UMKM agar lebih siap menghadapi tantangan di era digital.

Tabel 4.4

Persepsi UMKM terhadap manfaat program

INFORMAN	PERTANYAAN / JAWABAN	KATA KUNCI
	Apa Persepsi UMKM terhadap manfaat program pelatihan dan pendampingan oleh Rumah BUMN Yogyakarta ?	

INFORMAN	PERTANYAAN / JAWABAN	KATA KUNCI
Batik Hayuningrat	Antusias dan saya merasa sangat terbantu oleh program, karena program ini memberikan ide, wawasan baru, networking, dan dukungan praktis. Juga adanya perubahan dalam pengelolaan media sosial usaha.	Wawasan baru, networking, dukungan praktis, pengelolaan sosial media.
Khum-Khum	Saya merasa program ini sangat membantu dalam bertahan dan berkembang. Saya Merasa beruntung karena bisa mendapatkan ilmu praktis, jaringan, dan peluang kolaborasi. Program ini sangat relevan, aplikatif, dan bermanfaat dalam meningkatkan kapasitas bisnis dan daya saing.	Praktis, kolaborasi, relevan.
Rakuma.Id	Program dianggap menyenangkan, bermanfaat, dan memperluas jaringan- Memberikan wawasan dan peluang kolaborasi antar UMKM- Membantu pertumbuhan usaha secara nyata	Kolaborasi, wawasan, relasi.
Ayumi Bross	Program ini sangat membantu dalam menambah wawasan, ilmu, ide, dan networking- Pendamping sabar dalam menjelaskan dan materi mudah dipahami- Kombinasi pelatihan online dan offline membuat program fleksibel dan tetap efektif.	Wawasan, networking.

Sumber: data diolah penulis (2025)

Berdasarkan wawancara dengan para informan di atas sebagaimana ditampilkan pada Tabel 4.4, persepsi UMKM terhadap manfaat program pelatihan dan pendampingan dari Rumah BUMN Yogyakarta secara umum sangat positif. Para pelaku UMKM menilai bahwa program ini memberikan banyak kontribusi nyata terhadap pengembangan usaha mereka. Adapun persepsi tersebut dapat disimpulkan melalui beberapa poin utama berikut:

Persepsi UMKM terhadap Manfaat Program:

1. Menambah Wawasan dan Ide Baru

Para peserta merasakan bahwa materi pelatihan membuka perspektif baru, memberikan pengetahuan yang relevan, serta memperkaya ide-ide dalam pengembangan usaha, terutama di bidang digitalisasi dan inovasi produk.

2. Meningkatkan Jaringan dan Kolaborasi (Networking)

Program ini memfasilitasi terbentuknya relasi baru antar pelaku UMKM, narasumber, dan pihak lain yang relevan, sehingga membuka peluang kerja sama dan kolaborasi yang saling menguntungkan.

3. Memberikan Dukungan Praktis dan Aplikatif

Materi yang disampaikan bersifat praktis dan mudah diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari, seperti pengelolaan media sosial, teknik foto produk, pencatatan keuangan, hingga strategi pemasaran digital.

4. Meningkatkan Kapasitas Bisnis dan Daya Saing

Program dianggap sangat relevan dengan kebutuhan pelaku usaha mikro dan kecil, karena memberikan bekal untuk mengelola usaha secara lebih profesional dan kompetitif di tengah tantangan digitalisasi.

5. Mendorong Pertumbuhan Usaha secara Nyata

Beberapa informan menyatakan bahwa setelah mengikuti program, mereka mengalami perubahan positif dalam aspek pengelolaan bisnis, pemasaran, dan peningkatan relasi bisnis, yang berdampak langsung terhadap pertumbuhan usaha.

6. Fleksibilitas dan Kemudahan Akses Pelatihan

Kombinasi antara pelatihan daring (online) dan luring (offline) dinilai efektif karena memberikan kemudahan akses bagi peserta, terutama bagi pelaku usaha dengan keterbatasan waktu.

Persepsi UMKM terhadap manfaat program pelatihan dan pendampingan dari Rumah BUMN Yogyakarta sangat positif dan antusias. Program ini dinilai bermanfaat secara praktis, aplikatif, serta mampu meningkatkan kapasitas, daya saing, dan pertumbuhan usaha. Kehadiran Rumah BUMN sebagai fasilitator tidak hanya memberikan pelatihan teknis, tetapi juga membangun ekosistem kolaboratif yang mendorong UMKM untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan di era digital.

Program ini juga menyediakan pendampingan aktif, peserta tidak hanya dibekali dengan teori, tetapi juga diberikan pengalaman praktis juga evaluasi langsung atas bisnis mereka, serta saran perbaikan dari para ahli. Metode penyampaian yang mudah dipahami, disertai studi kasus nyata, membuat materi lebih mudah diimplementasikan.

4.2.2.2 Kendala yang dihadapi UMKM Yogyakarta dalam mengikuti program pendampingan dan pelatihan digitalisasi

Tabel 4.5
Kendala Digitalisasi

INFORMAN	PERTANYAAN / JAWABAN	KATA KUNCI
	Apa saja kendala yang dihadapi saat mengikuti pelatihan digitalisasi?	
Batik Hayuningrat	Kesulitan memahami istilah teknis digital dan Keterbatasan waktu karena jadwal pelatihan berbenturan dengan operasional usaha.	Pemahaman terbatas mengenai istilah digital.
Khum-Khum	Kesulitan memahami istilah-istilah digital	Istilah Digital, Pemahaman Terbatas.
Rakuma.Id	Permasalahan utama terletak pada kualitas dan relevansi pemateri yang terkadang terlalu teoritis.	Materi kadang terlalu teoritis.
Ayumi Bross	Kesulitan teknis dalam menggunakan aplikasi dan platform digital, karena minim pengalaman digital sebelumnya.	Kesulitan penggunaan platform digital, pemahaman terbatas.

Sumber: data diolah penulis (2025)

Berdasarkan wawancara dengan para informan di atas, kendala yang dihadapi UMKM saat mengikuti pelatihan digitalisasi dari Rumah BUMN Yogyakarta dapat disimpulkan ke dalam beberapa poin utama yang menunjukkan

adanya hambatan baik dari sisi pemahaman, teknis, maupun kondisi pelaksanaan.

Adapun kendala-kendala tersebut adalah sebagai berikut:

Kendala yang Dihadapi UMKM dalam Pelatihan Digitalisasi:

1. Pemahaman Terbatas terhadap Istilah dan Konsep Digital

Sebagian besar peserta mengalami kesulitan dalam memahami istilah teknis yang digunakan dalam pelatihan digital, seperti istilah pemasaran digital, algoritma media sosial, maupun fitur-fitur aplikasi digital. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan pembelajaran yang lebih sederhana dan bertahap, terutama bagi peserta dengan latar belakang non-teknologi.

2. Keterbatasan Pengalaman dalam Menggunakan Platform Digital

Beberapa peserta menghadapi kendala teknis dalam menggunakan aplikasi atau platform digital karena minimnya pengalaman sebelumnya. Hal ini menjadi hambatan dalam mengikuti sesi praktik, terutama saat menggunakan tools seperti marketplace, aplikasi editing, atau dashboard digital marketing.

3. Materi yang Terlalu Teoritis dan Kurang Kontekstual

Salah satu informan menyoroti bahwa pemateri kadang terlalu fokus pada teori tanpa cukup contoh atau aplikasi yang relevan dengan realitas UMKM. Ini menyebabkan materi terasa kurang membumi dan sulit diaplikasikan secara langsung.

4.2.2.3 Efektivitas Program Pelatihan dan Pendampingan

Tabel 4.6
Tingkat Partisipasi UMKM dalam Program

INFORMAN	PERTANYAAN / JAWABAN	KATA KUNCI
	Bagaimana Tingkat Partisipasi UMKM dalam Program pendampingan dan pelatihan?	
Batik Hayuningrat	Seluruh UMKM terlibat aktif dalam mengikuti pelatihan yang diadakan oleh Rumah BUMN. Mereka mengikuti beberapa sesi pelatihan dan pendampingan, terutama pada topik digital marketing, marketplace, dan konten digital.	Pasrtisipasi aktif, digital marketing, konten digital, digital marketing, marketplace.
Khum-Khum	Responden mengikuti beberapa sesi pelatihan dan pendampingan yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN, termasuk pelatihan digitalisasi, media sosial, pemasaran melalui Shopee, serta keterlibatan aktif dalam kegiatan pasar RuBY dan bazar UMKM. Hal ini menunjukkan partisipasi aktif dan berkelanjutan dalam berbagai jenis kegiatan pelatihan dan promosi.	Partisipasi aktif, event UMKM, media sosial, marketplace.
Rakuma.Id	Responden menunjukkan partisipasi aktif sejak tahun 2022–2023, mengikuti pelatihan branding, strategi digital marketing, dan marketplace, serta ikut serta dalam event-event dan kolaborasi yang diselenggarakan Rumah BUMN. Ini menunjukkan	Partisipasi aktif, branding, strategi digital, kolaoratif, berkelanjutan.

INFORMAN	PERTANYAAN / JAWABAN	KATA KUNCI
	keterlibatan berkelanjutan dan komitmen tinggi dalam mengikuti berbagai program yang ditawarkan.	
Ayumi Bross	Responden mengikuti pelatihan dengan aktif dan menyatakan manfaat pelatihan segera diterapkan dalam usaha. Menunjukkan bahwa UMKM benar-benar terlibat langsung dalam proses pembelajaran dan implementasi. Program juga disebut sebagai jembatan nyata dalam mendorong transformasi digital pelaku usaha.	Partisipasi aktif, transformasi digital, pembelajaran aplikatif.

Sumber: data diolah penulis (2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan di atas, dapat dilakukan analisis terhadap tingkat partisipasi UMKM dalam program pendampingan dan pelatihan yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN Yogyakarta sebagai berikut:

1. Partisipasi Aktif dan Konsisten

Keempat UMKM informan menunjukkan tingkat partisipasi yang tinggi dalam mengikuti berbagai sesi pelatihan, pendampingan, hingga event promosi. Mereka tidak hanya mengikuti satu atau dua kegiatan, tetapi secara konsisten terlibat dalam beberapa jenis program, seperti pelatihan digital marketing, pengelolaan media sosial, marketplace, branding, hingga pameran UMKM seperti Pasar RuBY dan bazar lokal.

2. Keterlibatan dalam Kolaborasi dan Event Komunitas

Beberapa UMKM seperti Rakuma.ID dan Khum-Khum tidak hanya mengikuti pelatihan, tetapi juga berpartisipasi dalam kegiatan kolaboratif

dan event komunitas yang diinisiasi oleh Rumah BUMN. Ini menunjukkan bahwa program pendampingan tidak bersifat satu arah, melainkan membangun keterlibatan komunitas UMKM secara aktif.

3. Implementasi Langsung dari Materi Pelatihan

Ayumi Bross menegaskan bahwa hasil pelatihan langsung diterapkan dalam praktik usaha mereka. Ini menjadi indikator bahwa partisipasi tidak hanya bersifat hadir secara fisik, tetapi juga mengarah pada penerapan dan transformasi nyata di lapangan.

Tingkat partisipasi UMKM dalam program pelatihan dan pendampingan Rumah BUMN Yogyakarta dapat dikategorikan tinggi dan berkelanjutan. Para pelaku UMKM menunjukkan komitmen, keterlibatan aktif, serta kesiapan untuk mengadopsi ilmu dan keterampilan baru, khususnya dalam aspek digitalisasi. Partisipasi ini tidak hanya berdampak pada penyerapan materi, tetapi juga mendorong implementasi konkret dalam operasional usaha, membuktikan bahwa program yang diselenggarakan telah membangun ekosistem pembelajaran yang aplikatif dan berdampak langsung bagi UMKM.

Dengan demikian, tingkat partisipasi ini menjadi indikator penting keberhasilan program dan menunjukkan bahwa Rumah BUMN Yogyakarta berhasil menciptakan lingkungan pelatihan yang relevan, inklusif, dan mendorong perubahan nyata dalam transformasi digital UMKM.

Tabel 4.7
Kepuasan Peserta terhadap Pelatihan dan Pendampingan

INFORMAN	PERTANYAAN / JAWABAN	KATA KUNCI
	Bagaimana Kepuasan Peserta Terhadap Pelatihan dan Pendampingan yang di adakan oleh Rumah BUMN?	
Batik Hayuningrat	UMKM menyatakan bahwa pelatihan sangat bermanfaat. Materi seperti digital marketing dinilai sangat relevan dan membuka wawasan baru. Peserta merasa puas karena mendapat ilmu praktis	Materi relevan, ilmu praktis, pengembangan wawasan.
Khum-Khum	Peserta menyatakan sangat puas, terutama saat materi disampaikan oleh praktisi langsung dari dunia usaha. Materi yang praktis dan aplikatif dinilai sangat membantu dalam pengembangan branding, promosi digital, dan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Program juga disebut sebagai “titik balik” usaha.	Praktis dan Aplikatif, Branding, promosi digital, strategi pemasaran.
Rakuma.Id	Peserta menyatakan sangat puas, terutama saat materi disampaikan oleh praktisi langsung dari dunia usaha. Materi yang praktis dan aplikatif dinilai sangat membantu dalam pengembangan branding, promosi digital, dan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Program juga disebut sebagai “titik balik” usaha.	Pelatihan efektif, penguatan kapasitas UMKM, Titik balik usaha.
Ayumi Bross	Sangat puas. Responden menyatakan bahwa seluruh bagian pelatihan sudah cukup efektif, hanya menyarankan agar frekuensi pelatihan	Pelatihan berkelanjutan,

INFORMAN	PERTANYAAN / JAWABAN	KATA KUNCI
	ditingkatkan. Artinya, peserta merasa pelatihan memberi manfaat langsung dan ingin kegiatan serupa terus berlanjut secara konsisten.	kepuasan optimal.

Sumber: data diolah penulis (2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan diatas, terdapat tingkat kepuasan peserta terhadap pelatihan dan pendampingan yang diadakan oleh Rumah BUMN Yogyakarta, berdasarkan wawancara dengan para informan:

1. Tingkat Kepuasan Sangat Tinggi

Seluruh informan menyatakan sangat puas terhadap pelatihan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa program yang dilaksanakan oleh Rumah BUMN berhasil memenuhi harapan peserta, baik dari segi isi materi, metode penyampaian, maupun dampaknya terhadap pengembangan usaha.

2. Materi yang Relevan dan Praktis

Materi pelatihan seperti digital marketing, branding, promosi digital, dan strategi pemasaran dianggap sangat relevan dengan kebutuhan UMKM. Selain itu, peserta merasakan bahwa materi tersebut mudah dipahami dan langsung bisa diterapkan, sehingga memberikan manfaat praktis yang nyata.

3. Dampak Nyata bagi Pengembangan Usaha

Program pelatihan dianggap sebagai “titik balik” oleh sebagian peserta karena membuka wawasan baru dan memperkuat kapasitas usaha. Artinya, pelatihan ini tidak hanya menambah ilmu, tetapi juga memberikan perubahan yang signifikan terhadap cara berpikir dan mengelola usaha.

Tingkat kepuasan peserta terhadap pelatihan dan pendampingan Rumah BUMN Yogyakarta tergolong sangat tinggi. Program dinilai relevan, praktis, aplikatif, dan berdampak langsung terhadap usaha para peserta. Kepuasan ini tidak hanya muncul dari kualitas materi, tetapi juga dari metode penyampaian yang berbasis pengalaman praktis, serta efektivitas dalam membangun kapasitas UMKM.

Kepuasan ini semakin diperkuat dengan adanya dorongan dari peserta agar program terus dilanjutkan secara rutin dan berkelanjutan. Hal ini menjadi indikator bahwa Rumah BUMN berhasil menempatkan diri sebagai fasilitator yang efektif dan dipercaya dalam mendampingi transformasi digital UMKM di era modern.

Tabel 4.8

Tingkat Keberhasilan implementasi digitalisasi setelah pelatihan

INFORMAN	PERTANYAAN / JAWABAN	KATA KUNCI
	Bagaimana Tingkat Keberhasilan implementasi digitalisasi setelah Pelatihan?	
Batik Hayuningrat	Setelah mengikuti pelatihan, UMKM mulai mengimplementasikan strategi digital, seperti memanfaatkan TikTok Live, mengelola katalog produk di Tokopedia, dan memperbaiki tampilan media sosial. Perubahan terlihat dalam 1–2 bulan setelah pelatihan. UMKM juga mulai mendapat pelanggan dari luar daerah.	Adopsi Digital, ekspansi pasar, optimalisasi platform digital, branding digital.
Khum-Khum	Setelah pelatihan, peserta langsung menerapkan ilmu dalam bisnis, khususnya di Shopee dan media sosial. Perubahan mulai terasa dalam 1–2 bulan, seperti meningkatnya	Penerapan digital marketing, peningkatan

INFORMAN	PERTANYAAN / JAWABAN	KATA KUNCI
	<p>omzet, tampilan toko yang lebih menarik, serta pengemasan produk yang lebih profesional.</p> <p>Responden juga menyatakan bahwa daya saing meningkat dan usaha lebih berkembang setelah mengikuti pelatihan.</p>	<p>omzet, performa digital.</p>
Rakuma.Id	<p>Digitalisasi diimplementasikan secara komprehensif dan terstruktur: branding produk ditingkatkan, promosi dilakukan melalui Instagram Ads, Facebook Ads, TikTok, Shopee, Tokopedia, dan gaya komunikasi disesuaikan dengan target pasar. Perubahan nyata terlihat sejak 2023 dengan peningkatan eksposur, kepercayaan konsumen, dan peluang kolaborasi bisnis.</p>	<p>Transformasi digital , kolaborasi bisnis.</p>
Ayumi Bross	<p>Responden telah mengimplementasikan hasil pelatihan secara langsung, termasuk promosi di Instagram, Facebook, dan Shopee. Hasilnya terlihat dari peningkatan interaksi konsumen dan penjualan. Perubahan positif terjadi setelah responden memperbaiki kemasan, promosi, dan tampilan produk secara digital.</p>	<p>Peningkatan penjualan, interaksi konsumen digital, penguatan citra produk, pemasaran berbasis media sosial.</p>

Sumber: data diolah penulis (2025)

Berdasarkan wawancara dengan para informan di atas, analisis terhadap tingkat keberhasilan implementasi digitalisasi oleh UMKM setelah mengikuti

pelatihan yang diselenggarakan Rumah BUMN Yogyakarta, berdasarkan data wawancara dari para informan:

1. Implementasi Strategi Digital secara Nyata dan Terukur

Seluruh informan menunjukkan bahwa mereka langsung mengimplementasikan materi pelatihan dalam usaha masing-masing, seperti penggunaan TikTok Live, Instagram Ads, Facebook Ads, dan pengelolaan toko online di Shopee dan Tokopedia. Implementasi ini bukan sekadar wacana, tetapi diikuti oleh perubahan nyata dalam operasional bisnis.

2. Perubahan Terlihat dalam Waktu (1–2 Bulan)

Efek dari digitalisasi mulai dirasakan dalam kurun waktu yang relatif cepat. Misalnya, peningkatan interaksi pelanggan, penjualan yang meningkat, perbaikan tampilan media sosial, serta profesionalisasi kemasan produk. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan bersifat aplikatif dan mudah diterapkan.

3. Peningkatan Daya Saing dan Jangkauan Pasar

Beberapa UMKM, seperti Batik Hayuningrat dan Khum-Khum, Rakuma Ide menyatakan bahwa mereka mulai mendapat pelanggan dari luar daerah dan mengalami peningkatan omzet setelah menerapkan strategi digital yang diajarkan. Ini menunjukkan ekspansi pasar dan peningkatan daya saing sebagai dampak langsung dari pelatihan.

4. Transformasi Digital yang Terstruktur dan Menyeluruh

Rakuma.ID merupakan contoh keberhasilan implementasi yang komprehensif, mulai dari peningkatan branding, pemanfaatan berbagai kanal digital, hingga penyesuaian strategi komunikasi pemasaran dengan target audiens. Ini menandakan adanya transformasi digital yang terstruktur dan strategis, bukan sekadar coba-coba.

5. Peningkatan Interaksi Konsumen dan Citra Produk

Ayumi Bross menekankan bahwa interaksi konsumen meningkat seiring dengan perbaikan visual produk dan strategi promosi digital. Artinya, UMKM tidak hanya memanfaatkan teknologi, tetapi juga memahami cara membangun engagement dan citra produk yang kuat di dunia digital.

Tingkat keberhasilan implementasi digitalisasi setelah pelatihan dapat dikategorikan sangat tinggi dan signifikan. Para pelaku UMKM menunjukkan kemampuan untuk mengadopsi dan menerapkan strategi digital yang diperoleh dari pelatihan secara langsung dan efektif. Dampaknya tidak hanya terlihat dari sisi teknis seperti peningkatan tampilan media sosial atau penggunaan platform digital, tetapi juga dari aspek bisnis yang lebih luas: peningkatan penjualan, perluasan pasar, penguatan branding, dan keterlibatan konsumen.

Hal ini membuktikan bahwa program pelatihan Rumah BUMN berhasil menciptakan perubahan nyata dan berkelanjutan, serta mendorong proses transformasi digital yang lebih matang dan terukur dalam ekosistem UMKM binaannya.

4.3 Ringkasan Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara mendalam terhadap empat pelaku UMKM binaan Rumah BUMN Yogyakarta, yaitu Batik Hayuningrat, Khum-Khum, Rakuma.ID, dan Ayumi Bross, diperoleh beberapa temuan penting yang merangkum pengalaman mereka dalam mengikuti program pelatihan dan pendampingan. Temuan ini disusun untuk menggambarkan persepsi, pengalaman, serta dampak nyata yang dirasakan oleh masing-masing pelaku usaha.

1. Jenis Pelatihan dan Pendampingan

Keempat UMKM mengikuti beragam jenis pelatihan yaitu digital marketing, marketplace (Shopee & Tokopedia), branding, pengemasan produk, business plan, teknik fotografi, strategi ekspor, hingga pengelolaan keuangan. Materi-materi tersebut sangat relevan dengan kebutuhan transformasi digital UMKM.

2. Materi dan Metode Pelatihan

Materi pelatihan dinilai praktis, aplikatif, dan sesuai kebutuhan usaha. Metode penyampaian yang digunakan mencakup teori singkat, praktik langsung, studi kasus, dan diskusi interaktif. Fasilitator menggunakan pendekatan yang mudah dipahami dengan melibatkan contoh nyata serta pengalaman lapangan.

3. Peran Fasilitator

Fasilitator berperan aktif sebagai mentor, pendamping, dan inspirator. Mereka berasal dari kalangan profesional dan praktisi seperti pelaku UMKM sukses, ahli digital marketing, dan perwakilan instansi. Keberadaan mereka memberikan pengaruh besar terhadap keberhasilan pelatihan, karena mampu memberikan bimbingan yang kontekstual dan komunikatif.

4. Persepsi terhadap Manfaat Program

Para peserta menganggap program sangat bermanfaat dan mendukung pertumbuhan usaha. Mereka memperoleh wawasan baru, jejaring (networking), ilmu yang aplikatif, serta dukungan praktis untuk mengembangkan usaha. Program juga dianggap sebagai jembatan nyata menuju transformasi digital UMKM.

5. Kendala dalam Pelatihan

Beberapa kendala yang dihadapi antara lain: kesulitan memahami istilah teknis digital, keterbatasan waktu akibat operasional usaha, materi yang kadang terlalu teoritis, serta kurangnya pengalaman dalam menggunakan platform digital. Kendala ini menjadi evaluasi untuk perbaikan program di masa mendatang.

6. Tingkat Partisipasi UMKM

Seluruh informan menunjukkan partisipasi aktif dan berkelanjutan dalam mengikuti pelatihan dan pendampingan. Mereka juga terlibat dalam berbagai kegiatan promosi seperti Pasar RuBY, bazar, dan event kolaboratif, yang turut meningkatkan eksposur dan daya saing usaha mereka.

7. Kepuasan terhadap Program

Kepuasan peserta sangat tinggi. Materi dinilai relevan, praktis, dan langsung bisa diterapkan. Pelatihan juga disebut sebagai titik balik usaha, dengan permintaan agar program dapat dilakukan secara lebih rutin dan berkelanjutan.

8. Keberhasilan Implementasi Digitalisasi

Keempat UMKM telah berhasil mengimplementasikan hasil pelatihan ke dalam praktik usaha, seperti peningkatan kualitas media sosial, penggunaan TikTok

Live, pengemasan produk, peningkatan penjualan, hingga perluasan pasar ke luar daerah. Perubahan terlihat dalam waktu 1–2 bulan pasca pelatihan.

Temuan dari keempat UMKM binaan menunjukkan bahwa program pelatihan dan pendampingan Rumah BUMN Yogyakarta memberikan dampak positif yang signifikan terhadap proses transformasi digital dan pengembangan usaha UMKM. Meskipun terdapat beberapa kendala teknis, secara umum program ini dinilai berhasil dalam menjawab kebutuhan dan tantangan UMKM di era digital.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis tematik terhadap empat UMKM binaan Rumah BUMN Yogyakarta, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

Program pendampingan dan pelatihan yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN berjalan dengan baik dan terstruktur. UMKM merasakan manfaat nyata dari pelatihan yang diberikan, terutama dalam hal digitalisasi usaha. Materi pelatihan seperti pemasaran digital, manajemen media sosial, penggunaan marketplace, hingga strategi branding sangat membantu pelaku UMKM beradaptasi dengan tuntutan era digital. Kegiatan pelatihan disertai dengan praktik, sesi diskusi, serta fasilitasi keikutsertaan dalam bazar dan promosi offline-online, yang memperkuat pengembangan kapasitas pelaku UMKM secara menyeluruh.

Beberapa kendala pada awal pendampingan dan pelatihan masih dihadapi oleh UMKM. Kendala utama meliputi keterbatasan pemahaman awal terhadap teknologi digital, kesulitan teknis dalam penggunaan perangkat dan aplikasi, serta kendala jarak dan waktu saat mengikuti pelatihan tatap muka. Selain itu, tidak semua pelaku UMKM memiliki latar belakang digital yang memadai sehingga membutuhkan waktu adaptasi lebih lama. UMKM juga mengusulkan agar pelatihan diberikan secara lebih berkelanjutan dengan pendampingan yang intensif dan berbasis praktik langsung.

Secara umum, program pendampingan dan pelatihan yang dilaksanakan Rumah BUMN dinilai efektif dalam meningkatkan kapasitas digital UMKM.

Seluruh responden menyampaikan bahwa pelatihan yang diikuti telah meningkatkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan penjualan. Mereka mulai percaya diri menggunakan media sosial, marketplace, hingga fitur live streaming untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Efek positif juga terlihat dari meningkatnya omset, perluasan jaringan usaha, serta perbaikan dalam tampilan produk dan pelayanan konsumen. Dengan demikian, program ini telah berkontribusi nyata terhadap peningkatan daya saing UMKM Yogyakarta di tengah persaingan pasar digital yang semakin ketat.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Rumah BUMN

1. Mengelompokkan peserta berdasarkan level usaha, misalnya pemula dan lanjutan, agar materi pelatihan lebih sesuai dan tepat sasaran.
2. Menjaga kualitas narasumber, dengan menghadirkan praktisi langsung dari lapangan yang berpengalaman, bukan hanya penyampaian teori.
3. Mengaktifkan kembali Pasar RuBY atau kegiatan sejenis secara berkala, karena kegiatan ini dinilai sangat efektif sebagai sarana pemasaran langsung.

5.2.2 Saran untuk Pelaku UMKM

1. Aktif dan konsisten mengikuti program pelatihan, serta menerapkan langsung ilmu yang diperoleh ke dalam strategi usaha.
2. Meningkatkan literasi digital secara mandiri, misalnya dengan memanfaatkan platform belajar online, YouTube, atau komunitas pelaku usaha digital.

3. Membangun jejaring antarpelaku UMKM, agar tercipta kolaborasi yang saling menguntungkan dalam pemasaran maupun pengembangan produk.

5.2.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Disarankan untuk menambah jumlah responden atau memperluas cakupan lokasi penelitian guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dampak implementasi program Rumah BUMN di berbagai daerah

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Suci Nugroyanti. (2024). *Pembentukan Platform Digital E-commerce dan Pembinaan E-commerce UMKM oleh Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta.*
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., & Panatap Soehaditama, J. (2024). *Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka).* <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Gisheilla Evangeulista, Destiana Tunggal Pramesti, Guntur Pramana Edy Putra, Alferina Agustin, & Harries Madiistriyatno. (2023). Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. *Jurnal Oikos-Nomos*, 16, 2023.
- Hadion Wijoyo. (2020). *Digitalisasi UMKM.*
- Handayani, A. D. (2023). *Digitalisasi UMKM: Peningkatan kapasitas melalui program literasi digital (Vol. 11, Issue 1).*
- Koperasi dan UKM Nomor 4 Tahun 2020.* (2020).
- Nur Fadilah Amin. (2023). *Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian.*
- Siagian, T. S., Dhea, M. M., & Ningrum, A. (2022). *Buku MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH PT Inovasi Pratama Internasional.*
- Sufiani Zahra. (2022). *Definisi, Kriteria dan Konsep UMKM.*

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Wawancara UMKM Batik Hayuningrat

Judul Penelitian:

Program Pendampingan dan Pelatihan Rumah BUMN bagi UMKM Yogyakarta di Era Digital

I. Informasi Umum Responden

Nama	Dewi Ratna Sari
Nama Usaha	Batik Hayuningrat
Jenis Kelamin	Perempuan
Jenis Usaha	Fashion
Lama Menjalankan Usaha	2021-2025
Skala Usaha	Kecil
Berapa kali Mengikuti Program Pendampingan dan Pelatihan Rumah BUMN?	Lebih dari 5x

II. Pertanyaan Wawancara

A. Pelaksanaan Program Pendampingan dan Pelatihan

1. Apa yang pertama kali anda ketahui tentang program dari Rumah BUMN?

Saya pertama kali mengetahui tentang program yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN melalui media sosial, khususnya Instagram. Saat itu, saya melihat unggahan mengenai kegiatan pelatihan dan pendampingan yang ditujukan untuk para pelaku UMKM. Selain itu, saya juga merupakan nasabah sekaligus pengguna layanan Bank BRI, sehingga informasi mengenai program Rumah BUMN ini semakin sering saya dapatkan melalui berbagai saluran komunikasi yang dimiliki oleh BRI. Dari sana saya mulai memahami bahwa Rumah BUMN hadir untuk membantu pengembangan kapasitas usaha para

pelaku UMKM, baik melalui pelatihan, pendampingan, maupun fasilitas lainnya.

2. Apa saja jenis pelatihan dan pendampingan yang telah diikuti?

Digital Marketing, AI, Rumah BUMN X Shoppe, Toko Pedia,

3. Mengapa anda tertarik mengikuti program ini?

Dengan adanya program ini saya merasa sangat memudahkan dalam pencarian ide, Saya tertarik mengikuti program ini karena materi pelatihannya sesuai dengan kebutuhan pengembangan usaha saya. Selain itu, program ini juga memberikan wawasan baru dan membuka peluang networking yang sangat bermanfaat untuk kelangsungan bisnis saya.

4. Siapa pendamping/narasumber yang membantu dalam pelatihan?

Saya sudah beberapa kali mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN, sehingga saya dibimbing oleh beberapa pendamping atau narasumber yang berbeda-beda. Saya tidak begitu mengingat satu per satu nama mereka, tetapi secara umum para pendamping ini berasal dari tim Rumah BUMN sendiri maupun praktisi yang ahli di bidangnya, seperti digital marketing, branding, hingga pengelolaan keuangan UMKM. Mereka semua sangat berkompeten dan selalu terbuka dalam membimbing peserta.

5. Dimana pelaksanaan pelatihan dilakukan? Offline atau Online?

Offline dan Online

6. Kapan anda mengikuti program pelatihan ini?

Saya mengikuti sudah sejak 1 tahun yang lalu sekitar 2024, Saya mengikuti program pelatihan sesuai dengan tema yang saya butuhkan. Jika saya merasa tema tersebut sesuai, maka saya akan mengikuti pelatihan tersebut. Sejauh ini, tema-tema yang diberikan oleh Rumah BUMN sangat relevan dan mendukung keberlangsungan usaha saya.

7. Bagaimana pendamping membantu anda memahami materi?

Pendamping dalam program ini sangat membantu saya dalam memahami materi yang disampaikan. Mereka tidak hanya memberikan penjelasan secara teoritis, tetapi juga menyertakan contoh-contoh praktis yang sesuai dengan kebutuhan usaha saya. Salah satu contohnya adalah ketika pendamping secara langsung

me-review akun Instagram setiap UMKM peserta, termasuk akun milik saya. Dari situ, pendamping menunjukkan letak kesalahan atau kekurangan dalam konten, caption, maupun strategi promosi yang saya lakukan. Pendamping juga memberikan saran perbaikan agar tampilan media sosial usaha saya menjadi lebih menarik dan efektif dalam menjangkau konsumen.

B. Kendala dalam Mengikuti Program Digitalisasi

8. Apa saja kendala yang Anda hadapi saat mengikuti pelatihan digitalisasi?

Sebagai pelaku UMKM, saya tentu merasakan beberapa kendala saat mengikuti pelatihan digitalisasi. Yang paling sering saya alami adalah kesulitan memahami istilah-istilah digital yang masih asing bagi saya, karena latar belakang saya lebih banyak di produksi dan penjualan langsung.

9. Apa kesulitan teknis yang dihadapi. Hambatan waktu/biaya?

Kesulitan mengatur waktu karena jam pelatihan terkadang bentrok dengan jam toko

Saat mengikuti pelatihan yang dilakukan secara offline atau tatap muka, saya menghadapi kesulitan dalam mengatur waktu. Jadwal pelatihan sering kali bertepatan dengan jam operasional toko, sehingga saya harus meninggalkan toko untuk sementara waktu. Hal ini tentu berisiko mengurangi pelayanan kepada pelanggan yang datang langsung. Dari sisi biaya, meskipun pelatihan dari Rumah BUMN ini biasanya gratis, saya tetap harus mengeluarkan biaya tambahan seperti transportasi dan kadang konsumsi selama perjalanan. Namun demikian, saya merasa pelatihan offline ini juga memiliki banyak manfaat karena bisa berinteraksi langsung dengan pendamping dan peserta lain.

10. Mengapa kendala tersebut muncul?

Kendala tersebut muncul terutama karena saya harus menjalankan usaha secara mandiri, sehingga saya sendiri yang bertanggung jawab penuh mengurus operasional toko sehari-hari.

11. Dimana anda biasanya menghadapi kesulitan (Disaat tatap muka atau daring?)

Saya biasanya lebih banyak menghadapi kesulitan ketika pelatihan dilakukan secara daring. Hal ini karena pelatihan daring sering kali membuat waktu terasa

lebih longgar dan akhirnya cenderung disepelekan, baik oleh saya sendiri maupun peserta lainnya. Suasana belajar dari rumah juga membuat saya lebih mudah terdistraksi oleh urusan rumah tangga atau kegiatan lain yang muncul tiba-tiba. Berbeda halnya dengan pelatihan offline atau tatap muka, justru saat saya menghadiri pelatihan secara langsung, saya merasa memiliki tanggung jawab yang lebih besar untuk mempersiapkan diri.

12. Bagaimana Upaya Rumah BUMN membantu mengatasi kendala dalam pelatihan digitalisasi?

Rumah BUMN memiliki peran yang sangat besar dalam membantu saya dan pelaku UMKM lainnya mengatasi kendala digitalisasi. Mereka tidak hanya memberikan pelatihan dasar mengenai penggunaan media sosial atau marketplace, tetapi juga mendampingi secara langsung dalam mempraktikkan materi yang diajarkan. Misalnya, pendamping di Rumah BUMN sering membantu mengevaluasi akun Instagram usaha saya, memberi masukan terkait tampilan feed, caption, hingga strategi promosi yang lebih menarik. Selain itu, jika ada peserta yang kesulitan memahami materi, pendamping dengan sabar menjelaskan kembali bahkan menyediakan waktu khusus untuk konsultasi di luar sesi pelatihan. Mereka juga memanfaatkan grup WhatsApp sebagai sarana komunikasi lanjutan, sehingga jika saya mengalami kendala teknis atau ada hal yang belum dipahami.

C. Efektivitas Program terhadap Kapasitas Digital dan Daya Saing

13. Apakah pelatihan tersebut meningkatkan pemahaman Anda dalam penggunaan teknologi digital untuk usaha?

Ya, pelatihan tersebut sangat membantu saya dalam meningkatkan pemahaman terkait penggunaan teknologi digital untuk usaha. Melalui program yang diberikan oleh Rumah BUMN, saya mendapatkan banyak pengetahuan baru mulai dari cara memanfaatkan media sosial untuk promosi, mengelola toko online di marketplace, hingga tips membuat konten yang menarik agar dapat meningkatkan penjualan. Sebelumnya saya hanya menjalankan usaha secara konvensional, tetapi setelah mengikuti pelatihan ini saya jadi lebih percaya diri

untuk menerapkan strategi digital dalam bisnis saya. Hal ini tentu sangat bermanfaat untuk mendukung perkembangan usaha ke depannya.

14. Apa perubahan nyata dalam cara Anda menjalankan bisnis setelah mengikuti program?

Sudah ada perubahan yang cukup nyata dalam cara saya menjalankan bisnis setelah mengikuti program dari Rumah BUMN. Salah satunya, saya sekarang jadi lebih sadar akan pentingnya kapasitas digital dalam mengembangkan usaha. Melalui program ini, saya juga sering berinteraksi langsung dengan sesama pelaku UMKM, sehingga kami bisa saling bertukar pengalaman dan berdiskusi tentang bagaimana mengoptimalkan bisnis secara digital. Dari situ, saya jadi mengetahui letak kesalahan atau kekurangan saya dalam mengelola usaha, terutama dalam hal pemasaran online.

15. Apakah program membantu Anda menjangkau pasar digital (seperti media sosial, marketplace)?

Ya, program yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN sangat membantu saya dalam menjangkau pasar digital. Melalui pelatihan yang diberikan, saya jadi lebih memahami bagaimana memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial dan marketplace untuk memasarkan produk. Saat ini saya sudah mulai aktif memasarkan produk melalui Tokopedia dan TikTok. Dari pelatihan tersebut, saya belajar bagaimana membuat konten yang menarik, mengelola katalog produk, hingga memanfaatkan fitur promosi yang ada di platform tersebut. Dengan begitu, jangkauan pemasaran usaha saya tidak hanya terbatas pada pelanggan sekitar toko saja, tetapi juga bisa merambah pasar yang lebih luas secara online.

16. Apa bagian program yang paling efektif dan perlu ditingkatkan?

Bagian program yang menurut saya paling efektif adalah materi tentang digital marketing. Dari pelatihan ini, saya banyak mendapatkan pengetahuan praktis mengenai cara memasarkan produk secara online, baik melalui media sosial maupun marketplace. Salah satu contoh yang paling berkesan bagi saya adalah ketika dijelaskan bahwa ternyata kita bisa melakukan live di TikTok untuk berjualan meskipun jumlah followers kita masih sedikit. Sebelumnya saya sama

sekali tidak tahu hal itu, karena saya berpikir live hanya bisa dilakukan oleh akun yang sudah memiliki banyak pengikut. Setelah mendapatkan penjelasan dan arahan dari pendamping, saya jadi lebih termotivasi untuk mencoba memasarkan produk lewat live TikTok. Menurut saya, materi digital marketing ini sangat relevan dan perlu terus ditingkatkan lagi, misalnya dengan praktik langsung dan pendampingan lebih intens agar kami para pelaku UMKM bisa benar-benar menguasai strategi penjualan digital.

17. Mengapa program ini penting bagi peningkatan daya saing UMKM?

Program ini sangat penting bagi peningkatan daya saing UMKM karena memberikan banyak pengetahuan dan wawasan baru yang sebelumnya belum saya miliki. Awalnya, saya sendiri bahkan masih bingung ingin benar-benar menekuni bisnis yang mana. Namun setelah mengikuti pelatihan ini, saya dapat berkonsultasi langsung dengan mentor mengenai prospek bisnis ke depannya. Dari situ saya mendapat masukan dan pandangan yang lebih jelas tentang bagaimana mengembangkan usaha agar bisa bersaing di era digital. Selain itu, program ini juga membantu pelaku UMKM seperti saya untuk lebih siap menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif, terutama dengan adanya pembelajaran tentang digital marketing, pengelolaan keuangan, dan strategi penjualan online.

18. Dimana anda menerapkan hasil pelatihan (misalnya media social, marketplace)?

Tiktok, Ulasan Google maps, Tokopedia

19. Kapan anda mulai merasakan perubahan dalam bisnis setelah mengikuti program?

Saya mulai merasakan perubahan dalam bisnis tidak lama setelah mengikuti beberapa sesi pelatihan dari Rumah BUMN. Kurang lebih sekitar satu hingga dua bulan setelah pelatihan, ketika saya mulai menerapkan ilmu yang saya dapat, seperti memperbaiki tampilan media sosial, memanfaatkan fitur promosi di marketplace, serta mencoba live di TikTok untuk memasarkan produk. Perlahan tapi pasti, mulai terlihat peningkatan jumlah pesanan, termasuk datangnya pembeli baru dari luar daerah. Saya juga jadi lebih percaya diri dalam

menjalankan strategi pemasaran digital karena sudah punya dasar pengetahuan yang lebih baik.

III. Pertanyaan Penutup

20. Apakah Anda tertarik untuk mengikuti program Rumah BUMN lainnya di masa mendatang?

Saya masih sangat tertarik dan tetap setia untuk mengikuti program-program yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN. Meskipun saya sudah beberapa kali ditawarkan untuk mengikuti program serupa yang diadakan oleh BRI di tempat lain, saya tetap memilih Rumah BUMN yang sudah sejak awal membimbing saya. Saya merasa nyaman karena sudah mengenal pendampingnya dan metode pelatihannya juga sesuai dengan kebutuhan usaha saya.

21. Apa saran Anda untuk peningkatan kualitas program pelatihan dan pendampingan dari Rumah BUMN?

Saya sangat mengapresiasi program pelatihan dan pendampingan yang sudah dijalankan oleh Rumah BUMN, karena benar-benar membantu pelaku UMKM seperti saya dalam mengembangkan usaha. Namun, saya memiliki beberapa saran agar kualitas program ini ke depannya bisa lebih ditingkatkan lagi. Salah satunya, mungkin pelatihan dapat diberikan lebih sering atau dibuat dalam bentuk kelas berjenjang sesuai tingkat kemampuan peserta, sehingga kami bisa belajar lebih mendalam dan bertahap. Selain itu, saya juga berharap ada pendampingan lanjutan setelah pelatihan selesai, misalnya dalam bentuk monitoring atau evaluasi rutin untuk melihat sejauh mana peserta sudah berhasil menerapkan materi yang diajarkan. Dengan demikian, program ini tidak hanya berhenti pada pelatihan saja, tetapi juga dapat memastikan UMKM benar-benar berkembang secara nyata.

SESI DOKUMENTASI BATIK HAYUNINGRAT (Sabtu, 12 Juli 2025)



LAMPIRAN 2

Wawancara UMKM Khum-Khum

Judul Penelitian:

Program Pendampingan dan Pelatihan Rumah BUMN bagi UMKM Yogyakarta di Era Digital

I. Informasi Umum Responden

Nama	Hanum Wahyu W
Nama Usaha	Khum-Khum
Jenis Kelamin	Laki-Laki
Jenis Usaha	Makanan
Lama Menjalankan Usaha	2020-2025
Skala Usaha	Mikro
Berapa kali Mengikuti Program Pendampingan dan Pelatihan Rumah BUMN?	Lebih dari 5x

II. Pertanyaan Wawancara

A. Pelaksanaan Program Pendampingan dan Pelatihan

1. Apa yang pertama kali anda ketahui tentang program dari Rumah BUMN?

Saya mulai bergabung dengan Rumah BUMN sejak tahun 2020. Awalnya, saya mengetahui informasi mengenai program pelatihan dari Rumah BUMN secara tidak sengaja ketika sedang menjelajahi media sosial, khususnya Instagram. Saat itu, saya memang sedang aktif mencari pelatihan yang relevan untuk meningkatkan kapasitas usaha saya, baik dari segi pemasaran, manajemen, maupun pengembangan produk. Kemudian, saya menemukan unggahan dari akun Rumah BUMN yang menawarkan berbagai program pelatihan gratis untuk pelaku UMKM. Informasi tersebut langsung menarik perhatian saya karena programnya tidak hanya mencakup pelatihan, tetapi juga ada pendampingan usaha. Tanpa ragu, saya pun mendaftar dan sejak saat itu aktif mengikuti berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN.

2. Apa saja jenis pelatihan dan pendampingan yang telah diikuti?

Pelatihan ekspor, Shoppe, Digital marketing dan Keuangan.

3. Mengapa anda tertarik mengikuti program ini?

Saya pribadi sangat tertarik mengikuti program dari Rumah BUMN karena saya merasa ini adalah kesempatan yang sangat berharga untuk menambah ilmu yang bisa langsung saya terapkan dalam mengembangkan usaha saya. Sebagai pelaku UMKM, saya menyadari pentingnya terus belajar, terutama dalam hal manajemen usaha, pemasaran digital, dan inovasi produk. Program ini benar-benar membuka wawasan saya.

Selain itu, saya juga ingin memperluas jejaring. Saya ingin bertemu dengan pelaku usaha lain, bertukar pengalaman, dan siapa tahu bisa menjalin kerja sama yang saling menguntungkan ke depannya.

4. Siapa pendamping/narasumber yang membantu dalam pelatihan?

Saya sudah cukup sering mengikuti berbagai pelatihan yang diadakan oleh Rumah BUMN. Dalam setiap pelatihan, saya mendapatkan arahan dari berbagai pendamping dan narasumber yang berbeda. Meskipun saya tidak begitu hafal nama-nama mereka satu per satu, namun saya tahu bahwa mereka berasal dari tim Rumah BUMN dan juga dari kalangan profesional yang memang ahli di bidangnya. Mulai dari digital marketing, strategi branding, hingga manajemen keuangan untuk UMKM, semuanya disampaikan dengan sangat baik. Para pendamping tersebut memiliki kompetensi yang tinggi dan selalu siap membantu serta memberikan bimbingan kepada para peserta secara terbuka

5. Dimana pelaksanaan pelatihan dilakukan? Offline atau Online?

Offline dan Online

6. Kapan anda mengikuti program pelatihan ini?

Saya mulai mengikuti program pelatihan dari Rumah BUMN sejak tahun 2020. Saat itu, kondisi usaha saya memang masih dalam tahap berkembang, dan kebetulan juga bertepatan dengan awal pandemi. Banyak hal yang berubah secara tiba-tiba, dan saya merasa perlu mencari cara baru untuk bisa bertahan dan tetap menjalankan usaha. Dari situ, saya mulai aktif mencari pelatihan,

sampai akhirnya menemukan program dari Rumah BUMN yang ternyata sangat sesuai dengan kebutuhan saya.

Saya pun ikut berbagai pelatihan yang mereka adakan, mulai dari pemasaran digital, cara mengemas produk yang menarik, hingga pelatihan keuangan yang sangat membantu saya dalam mencatat dan mengelola keuangan usaha. Seiring waktu, saya makin sadar bahwa ilmu-ilmu yang saya dapat dari pelatihan ini benar-benar bisa langsung saya terapkan. Bahkan, manfaatnya masih saya rasakan sampai sekarang.

Makanya, setiap kali ada program baru dari Rumah BUMN, saya selalu berusaha ikut dan terlibat. Karena menurut saya, program ini bukan cuma menambah ilmu, tapi juga jadi wadah untuk berkembang dan membangun jaringan antar pelaku UMKM lainnya. Saya merasa beruntung bisa menjadi bagian dari ekosistem yang sangat mendukung ini.

7. Bagaimana pendamping membantu anda memahami materi?

Para pendamping dalam program ini benar-benar memberikan dampak yang besar bagi saya dalam memahami materi pelatihan. Mereka tidak hanya menyampaikan materi secara teori saja, tetapi juga memberikan banyak contohnya yang relevan dengan kondisi usaha saya

B. Kendala dalam Mengikuti Program Digitalisasi

8. Apa saja kendala yang Anda hadapi saat mengikuti pelatihan digitalisasi?

Sebagai pelaku UMKM, saya tentu merasakan beberapa kendala saat mengikuti pelatihan digitalisasi. Yang paling sering saya alami adalah kesulitan memahami istilah-istilah digital yang masih asing bagi saya, karena latar belakang saya lebih banyak di produksi dan penjualan langsung.

9. Apa kesulitan teknis yang dihadapi. Hambatan waktu/biaya?

Selama mengikuti program dari Rumah BUMN, sebenarnya saya tidak mengalami banyak kendala. Hanya saja, kalau boleh jujur, tantangan yang paling sering saya hadapi biasanya bersifat teknis, terutama soal jarak. Lokasi pelatihan kadang cukup jauh dari tempat saya, jadi perlu usaha ekstra untuk datang langsung,

10. Mengapa kendala tersebut muncul?

Kendala itu muncul karena lokasi pelatihan seringkali berada cukup jauh dari tempat usaha atau domisili saya

11. Dimana anda biasanya menghadapi kesulitan (Disaat tatap muka atau daring?)

Saya menghadapi kesulitan disaat tatap muka karena tentunya jarak tadi

12. Bagaimana Upaya Rumah BUMN membantu mengatasi kendala dalam pelatihan digitalisasi?

Menurut saya, Rumah BUMN punya peran yang sangat penting dalam membantu saya dan para pelaku UMKM lainnya menghadapi tantangan digitalisasi. Mereka tidak hanya memberikan pelatihan tentang dasar-dasar penggunaan media sosial dan platform marketplace, tapi juga memberikan pendampingan langsung agar kami bisa benar-benar memahami dan menerapkan materi tersebut. Kalau ada peserta yang belum paham, para pendamping juga sangat sabar dalam menjelaskan kembali, bahkan terkadang menyediakan waktu khusus di luar jadwal pelatihan untuk konsultasi.

C. Efektivitas Program terhadap Kapasitas Digital dan Daya Saing

13. Apakah pelatihan tersebut meningkatkan pemahaman Anda dalam penggunaan teknologi digital untuk usaha?

Iya, pelatihan tersebut sangat membantu saya, terutama dalam hal memahami penggunaan teknologi digital untuk usaha. Awalnya saya masih bingung bagaimana cara memasarkan produk secara online atau menggunakan media sosial dengan efektif. Setelah ikut pelatihan, saya jadi lebih paham cara membuat konten, memanfaatkan marketplace, dan berkomunikasi dengan pelanggan lewat digital. Secara keseluruhan, pelatihan ini benar-benar membuka wawasan saya, jadi saya merasa lebih percaya diri mengembangkan usaha saya di era digital seperti sekarang.

14. Apa perubahan nyata dalam cara Anda menjalankan bisnis setelah mengikuti program?

Setelah saya ikut pelatihan dari Rumah BUMN, saya merasa banyak sekali ilmu baru yang saya dapat, dan langsung bisa saya praktikkan dalam usaha saya.

Selain itu, saya juga jadi kenal dengan banyak pelaku UMKM lainnya. Dari situ, jaringan saya makin luas, dan otomatis produk saya jadi lebih dikenal oleh lebih banyak orang, baik lewat media sosial maupun lewat kegiatan pameran yang saya ikuti bersama Rumah BUMN.

15. Apakah program membantu Anda menjangkau pasar digital (seperti media sosial, marketplace)?

Sejak saya ikut pelatihan saya banyak menjangkau pasar digital baru seperti penjualan di shoppe

16. Apa bagian program yang paling efektif dan perlu ditingkatkan?

Menurut saya, salah satu bagian program yang paling efektif adalah ketika Rumah BUMN membantu mencari tempat untuk pemasaran produk, seperti mengikutsertakan kami dalam kegiatan pasar RuBY dan berbagai bazar. Kegiatan seperti ini sangat membantu kami para pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk secara langsung ke masyarakat, sekaligus melatih kami dalam berinteraksi dengan konsumen secara tatap muka. Saya merasa penjualan juga meningkat saat mengikuti bazar, dan produk saya jadi lebih dikenal.

17. Mengapa program ini penting bagi peningkatan daya saing UMKM?

Menurut saya, program ini sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM, terutama di era digital seperti sekarang. Lewat pelatihan dan pendampingan dari Rumah BUMN, saya dan pelaku UMKM lainnya jadi lebih siap menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Kami dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan yang sebelumnya belum kami kuasai

18. Dimana anda menerapkan hasil pelatihan (misalnya media sosial, marketplace)?

Hasil dari pelatihan yang saya ikuti di Rumah BUMN langsung saya terapkan, terutama di media sosial dan platform marketplace. Salah satunya adalah Shopee, tempat saya mulai lebih serius memasarkan produk secara online. Dulu saya belum terlalu paham cara membuat tampilan toko yang menarik atau strategi promosi yang tepat, tapi setelah ikut pelatihan, saya jadi lebih percaya diri

19. Kapan anda mulai merasakan perubahan dalam bisnis setelah mengikuti program?

Saya mulai merasakan perubahan dalam usaha saya tidak lama setelah mengikuti beberapa sesi pelatihan dari Rumah BUMN. Waktu itu, saya mulai menerapkan ilmu yang saya dapat, terutama dalam hal pemasaran digital dan cara mengelola keuangan usaha. Perubahan yang paling terlihat adalah dari sisi omset—perlahan tapi pasti, penjualan saya mulai meningkat. Hal ini terjadi karena saya jadi lebih paham bagaimana mempromosikan produk dengan lebih menarik, khususnya melalui media sosial. Selain itu, pengemasan produk juga saya perbaiki, jadi tampak lebih profesional dan menarik perhatian konsumen. Sejak saat itu, saya merasa usaha saya mengalami perkembangan yang cukup signifikan dibanding sebelum saya ikut program pelatihan ini.

III. Pertanyaan Penutup

20. Apakah Anda tertarik untuk mengikuti program Rumah BUMN lainnya di masa mendatang?

Iya, saya sangat tertarik untuk mengikuti program-program Rumah BUMN lainnya di masa mendatang. Dari pengalaman saya sebelumnya, pelatihan yang diberikan sangat bermanfaat dan benar-benar membantu saya dalam mengembangkan usaha. Materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan UMKM, dan pendampingannya juga sangat intensif. Selain itu, saya juga merasa program ini membuka banyak peluang, mulai dari pengetahuan baru, jaringan sesama pelaku usaha, sampai kesempatan promosi produk. Jadi kalau ke depannya ada program baru dari Rumah BUMN, saya pasti akan berusaha ikut lagi, karena saya yakin setiap program pasti akan memberi pengalaman dan ilmu baru yang bisa langsung saya terapkan dalam usaha saya.

21. Apa saran Anda untuk peningkatan kualitas program pelatihan dan pendampingan dari Rumah BUMN?

Sebaiknya program pelatihan dan pendampingan dari Rumah BUMN dikelompokkan berdasarkan tingkat perkembangan UMKM, seperti UMKM pemula dan UMKM yang sudah berkembang, agar materi yang disampaikan

dapat lebih terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing pelaku usaha

SESI DOKUMENTASI KHUM-KHUM (Senin, 14 Juli 2025)



LAMPIRAN 3
Wawancara UMKM Rakuma.Id

Judul Penelitian:

Program Pendampingan dan Pelatihan Rumah BUMN bagi UMKM Yogyakarta di Era Digital

I. Informasi Umum Responden

Nama	Abrar
Nama Usaha	Rakuma.Id
Jenis Kelamin	Laki-Laki
Jenis Usaha	Makanan
Lama Menjalankan Usaha	2021-2025
Skala Usaha	Kecil
Berapa kali Mengikuti Program Pendampingan dan Pelatihan Rumah BUMN?	Lebih dari 5x

II. Pertanyaan Wawancara

A. Pelaksanaan Program Pendampingan dan Pelatihan

1. Apa yang pertama kali anda ketahui tentang program dari Rumah BUMN?
 Saya pertama kali tahu tentang program dari Rumah BUMN itu dari teman sesama pelaku UMKM. Waktu itu kami sedang aktif mencari-cari pelatihan yang bisa meningkatkan kualitas usaha kami, dan teman saya cerita bahwa di Rumah BUMN ada banyak program pelatihan yang katanya seru dan bermanfaat banget. Katanya sih, selain ilmunya oke, suasananya juga menyenangkan dan mendukung banget untuk berkembang. Karena penasaran, saya dan tim akhirnya coba cari tahu lebih lanjut lewat media sosial mereka. Dari sana kami tahu detail program-program yang mereka adakan. Setelah itu, kami mendaftar untuk menjadi UMKM binaan Rumah BUMN. Dari situ, perjalanan kami dalam program pendampingan dan pelatihan pun dimulai.
2. Apa saja jenis pelatihan dan pendampingan yang telah diikuti?

Selama menjadi binaan, saya sudah mengikuti beberapa pelatihan yang cukup beragam dan semuanya sangat bermanfaat untuk pengembangan usaha saya. Mulai dari pelatihan keuangan yang membantu saya lebih memahami pencatatan dan pengelolaan kas, kemudian pelatihan membuat Business Plan yang membuka wawasan saya tentang pentingnya perencanaan bisnis jangka panjang. Saya juga pernah ikut program kolaborasi Shopee x Rumah BUMN yang mengajarkan kami cara jualan secara online dan optimasi marketplace. Selain itu, ada juga pelatihan tentang branding yang sangat membuka mata saya bahwa kemasan, tampilan, dan pesan usaha itu penting banget untuk menarik perhatian pasar.

3. Mengapa anda tertarik mengikuti program ini?

Alasan utama saya tertarik ikut program Rumah BUMN adalah karena saya ingin terus belajar. Dunia usaha terus berkembang, dan saya sadar saya harus ikut berkembang juga kalau nggak mau tertinggal. Program ini bukan hanya memberikan tambahan ilmu, tapi juga membuka jaringan baru. Saya jadi bisa kenal dengan pelaku UMKM lain, berbagi pengalaman, saling support, bahkan ada beberapa yang akhirnya berkolaborasi bareng. Jadi, dari satu sisi saya dapat ilmunya, dari sisi lain saya juga bisa memperluas networking. Dua hal itu sangat penting buat keberlangsungan dan perkembangan usaha saya.

4. Siapa pendamping/narasumber yang membantu dalam pelatihan?

Seingat saya, beberapa pendamping atau narasumber yang hadir dalam pelatihan berasal dari berbagai latar belakang yang keren dan sangat menginspirasi. Ada Owner Sate Ratu yang berbagi pengalaman membangun usahanya dari nol sampai dikenal luas. Kemudian ada dari pihak Dinas yang menjelaskan dukungan pemerintah untuk UMKM. Selain itu ada juga Mas Andromega yang sangat ahli dalam digital marketing, dan Mas Andika, seorang owner minuman herbal, yang berbagi strategi usahanya dalam menghadapi tantangan pasar.

5. Dimana pelaksanaan pelatihan dilakukan? Offline atau Online?

Pelatihan sebagian besar dilakukan secara offline. Saya pribadi lebih senang dengan pelatihan tatap muka seperti ini karena suasananya lebih terasa, lebih

mudah untuk diskusi langsung dengan narasumber maupun peserta lain. Kami bisa interaktif, tanya jawab, bahkan praktek langsung saat itu juga

6. Kapan anda mengikuti program pelatihan ini?

Saya mulai ikut program pelatihan dari Rumah BUMN sejak tahun 2022. Awalnya ikut satu dua pelatihan saja, tapi karena cocok dan merasa banyak manfaatnya, saya lanjut terus sampai sekarang. Bahkan sampai hari ini, saya masih aktif mengikuti program-program terbaru yang mereka adakan. Selalu ada hal baru yang bisa dipelajari, dan saya merasa pertumbuhan usaha saya juga ada sejak aktif di program ini.

7. Bagaimana pendamping membantu anda memahami materi?

Pendampingan yang diberikan sangat baik. Narasumber yang hadir bukan sembarangan, mereka benar-benar praktisi di bidangnya. Jadi penyampaian materi pun sangat relate dengan dunia usaha yang kami jalani sehari-hari. Mereka nggak hanya kasih teori, tapi juga banyak contoh nyata dan pengalaman pribadi yang bisa jadi inspirasi.

B. Kendala dalam Mengikuti Program Digitalisasi

8. Apa saja kendala yang Anda hadapi saat mengikuti pelatihan digitalisasi?

Kendalanya lebih ke pemateri ya Terkadang pematerinya tidak related, dan tidak kompeten dibidangnya.

9. Apa kesulitan teknis yang dihadapi. Hambatan waktu/biaya?

Untuk hambatan teknis, saya bersyukur tidak terlalu mengalami. Dari segi waktu, saya selalu usahakan untuk bisa hadir dan ikut aktif. Biaya juga tidak jadi masalah karena sebagian besar pelatihan dari Rumah BUMN ini memang gratis untuk UMKM binaan

10. Mengapa kendala tersebut muncul?

Saya rasa kendala tersebut muncul karena mungkin dalam memilih narasumber, belum semuanya benar-benar memahami karakteristik dan kebutuhan para pelaku UMKM. Kadang terasa kalau narasumber hanya menyampaikan materi dari buku atau dari sisi akademik saja, tidak berdasarkan pengalaman nyata di

lapangan. Padahal kami sebagai pelaku UMKM lebih butuh contoh konkret, langkah-langkah praktis, dan strategi yang bisa langsung kami terapkan

11. Dimana anda biasanya menghadapi kesulitan (Disaat tatap muka atau daring?)

Sejauh ini saya belum merasakan kesulitan dalam pelatihan tatap muka

12. Bagaimana Upaya Rumah BUMN membantu mengatasi kendala dalam pelatihan digitalisasi?

Saya akui, Rumah BUMN cukup responsif terhadap masukan dari kami. Setelah kami sampaikan bahwa ada beberapa pelatihan yang kurang cocok atau narasumber yang kurang relate, mereka mulai memperbaiki dan menyesuaikan. Akhir-akhir ini, narasumber yang diundang makin beragam dan lebih praktis

C. Efektivitas Program terhadap Kapasitas Digital dan Daya Saing

13. Apakah pelatihan tersebut meningkatkan pemahaman Anda dalam penggunaan teknologi digital untuk usaha?

Iya, jujur saja pelatihan ini benar-benar membuka wawasan saya soal dunia digital, terutama dalam hal memanfaatkan teknologi untuk bisnis. Dulu saya sempat bingung harus mulai dari mana, tapi setelah ikut pelatihan, saya jadi lebih paham pentingnya kehadiran bisnis secara online. Saya jadi tahu cara menggunakan media sosial secara tepat sasaran, bagaimana membuat konten yang menarik, bahkan strategi beriklan lewat platform seperti Instagram Ads atau Facebook Ads. Semua itu dulunya asing buat saya, tapi sekarang alhamdulillah jadi lebih percaya diri mengelola pemasaran digital usaha kami.

14. Apa perubahan nyata dalam cara Anda menjalankan bisnis setelah mengikuti program?

Perubahannya terasa banget, terutama dari sisi branding dan pengelolaan keuangan. Saya jadi lebih paham bagaimana membuat usaha saya terlihat lebih profesional dan menarik di mata konsumen. Dulu tampilan produk saya biasa saja, tapi setelah ikut pelatihan branding, saya mulai merapikan desain logo, kemasan, hingga cara menyampaikan pesan produk. Hasilnya? Nama brand kami jadi makin dikenal dan konsumen juga lebih percaya.

15. Apakah program membantu Anda menjangkau pasar digital (seperti media sosial, marketplace)?

Sangat membantu! Sekarang usaha kami aktif di berbagai platform digital seperti Shopee, Tokopedia, dan kami juga mulai mengoptimalkan Instagram dan Facebook lewat Ads. Sebelumnya kami hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan penjualan offline, tapi sejak mengenal marketplace dan cara memasarkannya dengan strategi yang tepat, penjualan kami jadi lebih luas jangkauannya. Bahkan ada pelanggan dari luar kota yang sekarang jadi langganan tetap.

16. Apa bagian program yang paling efektif dan perlu ditingkatkan?

Bagian program yang paling efektif adalah ketika pelatihan diisi oleh narasumber yang memang praktisi langsung di bidangnya. Misalnya pelatihan branding dari pemilik usaha yang sudah sukses, atau strategi digital marketing dari orang yang memang sehari-hari bekerja di bidang itu. Materinya lebih mengena dan bisa langsung kami praktekan.

17. Mengapa program ini penting bagi peningkatan daya saing UMKM?

Program ini penting banget karena memberi bekal yang nyata untuk kami para pelaku UMKM. Di tengah persaingan yang makin ketat dan serba digital ini, kami tidak bisa hanya mengandalkan cara-cara lama. Pelatihan dari Rumah BUMN ini membuat kami punya strategi yang lebih jelas dan kemampuan untuk bersaing, terutama di ranah digital.

18. Dimana anda menerapkan hasil pelatihan (misalnya media social, marketplace)?

Hasil dari pelatihan saya terapkan langsung di berbagai platform digital, seperti Instagram Ads, TikTok, Shopee, Tokopedia, dan Facebook Ads. Saya coba buat konten yang lebih menarik, rutin upload, dan juga memanfaatkan fitur iklan berbayar untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Saya juga aktif mengikuti tren dan menyesuaikan gaya komunikasi saya sesuai dengan target pasar

19. Kapan anda mulai merasakan perubahan dalam bisnis setelah mengikuti program?

Sebetulnya sejak tahun 2022 saya sudah mulai merasakan perubahan, terutama dari sisi ilmu dan wawasan yang bertambah. Tapi kalau dibilang benar-benar terasa dampaknya, itu mulai terlihat jelas sejak tahun 2023. Saat itu saya mulai meng-upgrade produk saya, memperbaiki tampilan branding, dan lebih aktif ikut event-event yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN. Dari situ, nama brand saya makin dikenal dan produk saya mulai banyak dilirik. Bahkan ada beberapa peluang kolaborasi yang datang karena saya aktif ikut pelatihan dan event. Jadi saya bisa bilang, program ini betul-betul menjadi titik balik yang memperkuat posisi usaha

III. Pertanyaan Penutup

20. Apakah Anda tertarik untuk mengikuti program Rumah BUMN lainnya di masa mendatang?

Tentu saja saya sangat tertarik. Program-program dari Rumah BUMN ini benar-benar terasa manfaatnya, jadi kalau ada kesempatan lagi, apalagi program yang belum pernah saya ikuti, saya pasti akan ikut. Saya merasa setiap program yang ditawarkan selalu membawa hal baru yang bisa memperkaya wawasan saya sebagai pelaku usaha.

21. Apa saran Anda untuk peningkatan kualitas program pelatihan dan pendampingan dari Rumah BUMN?

Saya berharap program pelatihan dari Rumah BUMN ke depan bisa makin menarik dan inovatif, terutama dalam pemilihan materi dan penyampaian. Pemateri juga sangat berpengaruh akan sangat bagus jika yang dihadirkan adalah orang-orang yang benar-benar kompeten dan berpengalaman di bidangnya, jadi tidak hanya teori, tapi juga bisa membagikan praktik nyata yang relate dengan kondisi UMKM saat ini.

Selain itu, saya juga berharap Pasar RuBY bisa dihidupkan kembali. Dulu itu tempat yang bagus banget buat kami pelaku UMKM untuk promosi dan jualan langsung ke masyarakat. Dan pelaku UMKM-nya seperti itu-itu saja. Akan lebih baik jika ada sistem rotasi atau penyegaran, supaya UMKM lain juga dapat kesempatan tampil dan pelanggan pun tidak bosan. Kalau bisa, Rumah BUMN

membuat event rutin yang bisa mempertemukan kami dengan pasar secara langsung lagi. Itu akan jadi tambahan motivasi dan ruang tumbuh yang sangat kami butuhkan.

SESI DOKUMENTASI RAKUMA.ID (Sabtu, 19 Juli 2025)



LAMPIRAN 4

Wawancara UMKM Ayumi Bross

Judul Penelitian:

Program Pendampingan dan Pelatihan Rumah BUMN bagi UMKM Yogyakarta di Era Digital

I. Informasi Umum Responden

Nama	Arumy Budhi Handayani
Nama Usaha	Ayumi Bross
Jenis Kelamin	Perempuan
Jenis Usaha	Accesoris
Lama Menjalankan Usaha	2015-2025
Skala Usaha	Mikro
Berapa kali Mengikuti Program Pendampingan dan Pelatihan Rumah BUMN?	Lebih dari 5x

II. Pertanyaan Wawancara

A. Pelaksanaan Program Pendampingan dan Pelatihan

1. Apa yang pertama kali anda ketahui tentang program dari Rumah BUMN?
Awalnya saya tahu tentang program Rumah BUMN dari teman. Waktu itu, sekitar tahun 2023, saya memang sedang aktif mencari pelatihan untuk mengembangkan usaha. Teman saya menyarankan untuk ikut program Rumah BUMN karena katanya banyak pelatihan gratis dan bermanfaat. Dari situ saya mulai tertarik, dan akhirnya saya bergabung sebagai anggota binaan di tahun 2023.
2. Apa saja jenis pelatihan dan pendampingan yang telah diikuti?
Selama menjadi binaan, saya sudah mengikuti beberapa pelatihan dan pendampingan. Di antaranya pelatihan tentang packaging, foto produk, dan digital marketing
3. Mengapa anda tertarik mengikuti program ini?
Menambah wawasan, ilmu, ide dan networking

4. Siapa pendamping/narasumber yang membantu dalam pelatihan?
Para narasumber berasal dari kalangan praktisi yang ahli di bidangnya, mulai dari pakar digital marketing, fotografer produk, sampai pelaku usaha sukses. Mereka menjelaskan dengan cara yang mudah dipahami dan memberi banyak contoh nyata, jadi saya merasa sangat terbantu.
5. Dimana pelaksanaan pelatihan dilakukan? Offline atau Online?
Pelatihannya dilakukan secara offline dan online. Saya pernah ikut keduanya. Offline biasanya diadakan di kantor Rumah BUMN atau tempat yang sudah ditentukan. Kalau online, biasanya lewat Zoom atau Google Meet.
6. Kapan anda mengikuti program pelatihan ini?
Saya mulai mengikuti program pelatihan sejak tahun 2023 dan hingga saat ini masih aktif mengikuti pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan usaha saya.
7. Bagaimana pendamping membantu anda memahami materi?
Pendamping sudah sangat bagus dalam menyampaikan materi. Bahasanya mudah dimengerti, tidak terlalu teoritis, dan banyak praktiknya. Kalau saya bingung, mereka sabar menjelaskan ulang sampai saya paham.

B. Kendala dalam Mengikuti Program Digitalisasi

8. Apa saja kendala yang Anda hadapi saat mengikuti pelatihan digitalisasi?
Kendala utama saya adalah kurang familiar dengan teknologi digital. Awalnya saya merasa agak canggung dan bingung menggunakan beberapa platform digital.
9. Apa kesulitan teknis yang dihadapi. Hambatan waktu/biaya?
Secara teknis, kadang saya kesulitan mengoperasikan aplikasi atau tools digital
10. Mengapa kendala tersebut muncul?
Kendala itu muncul karena minimnya pengalaman saya dalam dunia digital sebelumnya. Saya terbiasa menjalankan usaha secara konvensional, jadi ketika masuk ke dunia digital, saya butuh waktu untuk beradaptasi.
11. Dimana anda biasanya menghadapi kesulitan (Disaat tatap muka atau daring?)
Saya sudah mengikuti pelatihan disaat online dan offline, namun sejauh ini masih belum ada kesulititan
12. Bagaimana Upaya Rumah BUMN membantu mengatasi kendala dalam pelatihan digitalisasi?

Rumah BUMN cukup aktif membantu, seperti memberikan panduan teknis, membuka sesi tanya jawab, dan menyediakan pendampingan yang sabar dan responsif. Mereka tidak langsung menuntut kita harus bisa, tapi mendampingi secara bertahap.

C. Efektivitas Program terhadap Kapasitas Digital dan Daya Saing

13. Apakah pelatihan tersebut meningkatkan pemahaman Anda dalam penggunaan teknologi digital untuk usaha?

Ya, awalnya saya sangat awam soal digital, tapi setelah ikut pelatihan saya mulai paham dan terbiasa. Sekarang saya bisa membuat beberapa konten dalam menjalankan usaha

14. Apa perubahan nyata dalam cara Anda menjalankan bisnis setelah mengikuti program?

Setelah mengikuti pelatihan, saya mulai merombak kekurangan dalam usaha, seperti meningkatkan kualitas kemasan dan mulai aktif promosi di media sosial. Saya juga merasa lebih percaya diri karena banyak wawasan

15. Apakah program membantu Anda menjangkau pasar digital (seperti media sosial, marketplace)?

Iya, tentu saja. Sekarang saya sudah memanfaatkan Instagram, Facebook, dan Shopee untuk memasarkan produk saya secara online

16. Apa bagian program yang paling efektif dan perlu ditingkatkan?

Menurut saya, sejauh ini semua bagian program pelatihan sudah cukup efektif. Rumah BUMN benar-benar jadi jembatan bagi kami para pelaku UMKM. Tapi kalau bisa ditingkatkan, mungkin dari segi frekuensi dan keberlanjutan program, supaya makin konsisten.

17. Mengapa program ini penting bagi peningkatan daya saing UMKM?

Program ini penting karena memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan digital yang sangat dibutuhkan di era sekarang. Tanpa dukungan seperti ini, UMKM akan kesulitan bersaing, apalagi dengan cepatnya perkembangan teknologi.

18. Dimana anda menerapkan hasil pelatihan (misalnya media sosial, marketplace)?

Saya menerapkan hasil pelatihan di Instagram, Facebook, dan Shopee. Dari situ saya mulai melihat adanya peningkatan penjualan dan interaksi dengan pelanggan.

19. Kapan anda mulai merasakan perubahan dalam bisnis setelah mengikuti program?

Tidak lama setelah ikut pelatihan, saya langsung mulai menerapkan ilmu yang didapat. Saya merombak tampilan produk, memperbaiki promosi, dan mulai terasa dampaknya dari segi respons konsumen dan penjualan.

III. Pertanyaan Penutup

20. Apakah Anda tertarik untuk mengikuti program Rumah BUMN lainnya di masa mendatang?

Tentu saja, saya sangat tertarik. Saya masih ingin belajar lebih banyak, bahkan kalau bisa, saya ingin belajar ekspor agar produk saya bisa menembus pasar luar negeri.

21. Apa saran Anda untuk peningkatan kualitas program pelatihan dan pendampingan dari Rumah BUMN?

Sudah bagus dan dipertahankan untuk lebih baik lagi kedepannya.

SESI DOKUMENTASI AYUMI BROSS (Sabtu, 19 Juli 2025)



DOKUMENTASI PELATIHAN UMKM

Pelatihan Bussines Plan 18/11/24



Pelatihan Pemasaran Digital 23/12/24



Pelatihan Pengelolaan Keuangan Usaha 20/03/25

