

BAB II

METODOLOGI DAN OBJEK PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis pada Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Creswell dalam CR. Semiawan 2010:7 penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sosial yang sifatnya terpusat melalui wawancara yang melibatkan partisipan dengan mengajukan pertanyaan umum hingga mendetail. Pendekatan kualitatif menghasilkan data berupa deskriptif yang diperoleh dari kata-kata, tulisan, dan dokumen yang berasal dari sumber atau informan yang diteliti (Taylor dan Bogdan 1984:5). Metode penelitian kualitatif memberikan peluang peneliti untuk mengenali subjek lebih dalam sehingga bisa merasakan apa yang dialami subjek dalam kehidupan sehari-hari (Basrowi & Suwandi, 2008:2). Tujuan penelitian ini untuk memahami suatu kondisi atau fenomena sosial yang mengarah pada deskripsi secara terperinci dan mendalam terkait kondisi atau fenomena sosial secara natural sesuai dengan yang terjadi di lapangan.

2.2 Informan

Pada penelitian ini untuk menggali informasi melalui wawancara melibatkan informan dengan 2 (dua) kategori yaitu internal dan eksternal Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta. Pengkategorian informan ini berdasarkan pengalaman *internship* selama 40 hari di Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta. Selain itu alasan penulis melibatkan 2 (dua) kategori informan dalam menggali informasi supaya bisa mengetahui informasi dari Rumah BUMN sebagai pihak penyelenggara dan UMKM sebagai pihak yang menerima kegiatan yang terselenggara. Informasi yang didapat lebih mendalam karena secara dua arah dari pihak pemberi dan penerima, sehingga dapat dijabarkan sebagai berikut ini:

a. Internal Rumah BUMN

Pada kategori internal Rumah BUMN penulis melibatkan CEO, CFO dan Admin dengan pertimbangan ketiga informan ini terlibat dalam kegiatan dan memahami seluk beluk Rumah BUMN. Berikut ini paparan terkait 3 (ketiga) informan sebagai berikut:

➤ **CEO (*Chief Executive Officer*)**

Posisi CEO Rumah BUMN saat ini dijabat oleh Ibu Deana Yanurinsyah, informan ini berperan dalam pengelolaan kegiatan, pengambilan keputusan dan sebagai komunikasi utama dalam menjalin hubungan dengan berbagai pihak. Informan ini tentunya berperan dalam penentuan kegiatan yang berkaitan dengan pembentukan ruang platform digital *e-commerce* dan pembinaan bagi UMKM. Segala pengadaan kegiatan perlu melalui persetujuan dan dipertanggungjawabkan CEO.

➤ **CFO (*Chief Financial Officer*)**

Saat ini informan di posisi CFO adalah Bapak M. Subki Rifai yang bertanggung jawab dengan alur keluar masuk keuangan Rumah BUMN. Selain itu berdasarkan pengalaman *internship* penulis, informan ini memiliki peran dalam pengelolaan produk UMKM dalam program RB Store. Pengelolaan produk ini meliputi kegiatan penggunaan *E-commerce* secara umum dan Media sosial *e-commerce*. Kegiatan yang berkaitan dengan kurasi UMKM/produk UMKM, jual beli produk baik *online* maupun langsung, perencanaan program pemasaran produk perlu melakukan koordinasi dengan Bapak M. Uki Rifai.

➤ **Staff Fasilitator**

Ibu S. Condro Rini sebagai staf admin yang mengurus kegiatan pendataan, administrasi hingga surat menyurat dalam Rumah BUMN. Selain itu staf admin membantu proses pembinaan UMKM serta *monitoring* perkembangan UMKM dengan melakukan komunikasi secara berkala. Dengan melibatkan Ibu Condrokirono staf admin Rumah BUMN sebagai informan akan membantu

b. Eksternal Rumah BUMN

Informan dari eksternal Rumah BUMN melibatkan UMKM binaan dengan tujuan melihat proses pembinaan *e-commerce* sudah berjalan dengan baik dan berdampak bagi pelaku usaha. UMKM yang menjadi informan sesuai dengan 3 (tiga) tahapan kategori pembinaan yaitu:

➤ **Go Modern**

Pembinaan UMKM dalam kategori tahap Go Modern melibatkan UMKM Methe *Cashew* dengan kategori produksi makanan dan minuman.

UMKM Methe (Mendem Tresno Group) yang diwakilkan oleh Bapak Lucky Adi Prasetyo sebagai Founder UMKM Methe Cashew. Pemilihan informan ini berdasarkan kriteria dari kelas Go Modern, yang bisa diwakilkan oleh UMKM Methe Cashew.

➤ **Go Digital**

Pada tahap pembinaan UMKM Go Digital melibatkan UMKM Kama yang bergerak pada industri *fashion* berbahan dasar batik. UMKM Kama mewakilkan Mbak Dinda Dara Kamayangan sebagai *founder* UMKM Kama. Pemilihan informan ini didasarkan pada kriteria yang sesuai dengan kategori kelas Go Digital.

➤ **Go Online**

Pada tahap pembinaan UMKM Go Online melibatkan UMKM Bananania yang bergerak pada bidang makanan dengan fokus pengolahan makanan berbahan dasar pisang. Perwakilan dari UMKM ini adalah Ibu Sofyani Mirah selaku *founder* UMKM Bananania. Pemilihan informan ini karena sesuai dengan kriteria kelas Go Online. Pemilihan informan dari UMKM Bananania ini menyesuaikan kriteria kelas Go Online.

2.3 Operasionalisasi Konsep

No	Rumusan Masalah	Konsep	Komponen	Indikator	Pertanyaan
1	Bagaimana pembentukan Platform <i>E-commerce</i> oleh Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta dalam mendukung UMKM?	Platform <i>E-commerce</i>	Proses Pembentukan	a. Jaringan b. Aktivitas c. Keterlibatan	1. Bagaimana pembentukan jaringan <i>e-commerce</i> dalam Rumah BUMN? 2. Apa saja aktivitas dalam pembentukan <i>e-commerce</i> ini? 3. Siapa saja pihak yang dilibatkan dalam pembentukan platform <i>e-commerce</i> ?
			Jenis <i>E-commerce</i> :	<i>E-commerce</i> Umum	1. Bagaimana cara memberikan informasi secara umum? 2. Bagaimana akses <i>e-commerce</i> umum? 3. Bagaimana pendekatan pada konsumen?
			1. <i>E-commerce</i> Umum 2. <i>E-commerce</i> Terbatas 3. Sosial media <i>E-commerce</i>	<i>E-commerce</i> Terbatas	1. Mengapa <i>e-commerce</i> terbatas hanya bisa diakses oleh pihak tertentu? 2. Bagaimana proses akses UMKM supaya bisa mengakses PaDi?

					3. Apa manfaat yang didapatkan oleh UMKM yang bergabung dengan platform <i>e-commerce</i> PaDi?
				Sosial Media <i>E-commerce</i> a. Fungsi b. Peran	Sosial Media <i>E-commerce</i> 1. Bagaimana media sosial membangun dan meningkatkan citra merk? 2. Bagaimana peran ganda media sosial dan layanan <i>e-commerce</i> ?
2	Bagaimana Proses pembinaan <i>E-commerce</i> UMKM anggota binaan Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta?	Pembinaan <i>E-commerce</i> UMKM	Tahapan pembinaan 1. Go Modern 2. Go Digital 3. Go Online	Go Modern a. Kompetensi b. Perkembangan	Go Modern 1. Bagaimana cara meningkatkan kompetensi UMKM tahap Go Modern? 2. Bagaimana mengetahui perkembangan UMKM binaan?
				Go Digital a. Aplikasi digital b. Proses Bisnis	Go Digital 1. Apa saja kegiatan pembinaan UMKM Go Digital? 2. Bagaimana mengetahui UMKM naik kelas?

				Go Online a. Pengembangan usaha b. Peluasan pasar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana membantu perluasan pasar bagi UMKM? 2. Apa kelanjutan pembinaan dari tahap Go Online?
3	Bagaimana fungsi Platform <i>E-commerce</i> dalam proses pembinaan <i>E-commerce</i> UMKM anggota binaan Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta?	Platform <i>E-commerce</i> dan Pembinaan <i>E-commerce</i> UMKM	Jenis-jenis Platform <i>e-commerce</i> dan peran dalam tahap-tahap pembinaan	<ol style="list-style-type: none"> a. Proses b. Fungsi c. Peran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana platform <i>e-commerce</i> membantu proses pembinaan UMKM? 2. Apa saja fungsi platform <i>e-commerce</i> pada tahapan pembinaan? 3. Bagaimana peran platform <i>e-commerce</i> untuk naik kelas?

2.4 Metode Pengumpulan Data, Jenis Data, Cara Analisis Data

2.4.1 Metode Pengumpulan Data

Pada proses penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan 3 (tiga) metode pengumpulan data yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan pengumpulan data melalui pencatatan dan pengamatan secara sistematis terhadap setiap fenomena yang terlihat pada objek penelitian. Observasi dapat kita lihat sebagai suatu kegiatan melihat objek penelitian secara seksama, mencatat fenomena yang muncul dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut (Iman Gunawan, 2017:143).

Penulis melakukan Observasi dengan langkah awal mengumpulkan data adalah dengan mencari berita atau tulisan dari beberapa sumber terkait pemanfaatan platform digital dan pembinaan UMKM serta menggapai pihak yang terlibat. Observasi dilakukan dengan tujuan mengumpulkan beberapa data yaitu gambaran umum lembaga dan data yang diperlukan dalam analisis data, selain itu penulis juga penulis dapat melihat proses atau alur kerja yang terjadi di Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta.

Penulis telah melakukan observasi awal selama 40 hari dalam kegiatan *internship* di Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta periode 1 September 2021 s/d 1 November 2021. Selama *internship* penulis melakukan pekerjaan pada divisi *SME Relation* Produk UMKM. Kegiatan yang dilakukan penulis selama *internship* adalah mengelola media sosial RB Store (program pemasaran produk UMKM), *marketplace* (Shopee, Tokko, Tokopedia dan *website*), kurasi produk UMKM dan pendataan produk UMKM. Observasi pertama ini penulis membuat catatan harian yang berisikan rincian kegiatan yang dilakukan penulis dan dokumentasi kegiatan yang digunakan untuk menunjang penelitian. Kemudian observasi kedua dilakukan pada bulan Juni dalam kegiatan pembinaan UMKM di Kapanewon.

2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan penulis adalah wawancara secara mendalam (*indepth interview*), yaitu sebuah wawancara pribadi yang tidak terstruktur sehingga subjek merasa bebas, tapi arahnya masih terpusat pada pokok

persoalan tertentu (Bagong Suyanto, 2005: 172). Teknik pengumpulan data melalui wawancara memungkinkan penulis melakukan interaksi tatap muka dan bisa menjalin interaksi mendalam dengan informan pihak terkait. Dengan harapan bisa memperoleh informasi mendalam.

Pelaksanaan wawancara berdasarkan surat izin wawancara dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UAJY yang diserahkan kepada Rumah BUMN. Sebelum melaksanakan wawancara penulis menghubungi informan terlebih dahulu untuk menyesuaikan waktu. Setelah penyesuaian waktu dan tempat penulis, membawa panduan wawancara, alat perekam dan alat tulis untuk mencatat poin penting. Pada penyusunan pertanyaan wawancara yang digunakan untuk panduan wawancara berdasarkan pengalaman *internship* selama 40 hari. Sebelum memulai wawancara penulis meminta izin kepada informan untuk merekam percakapan wawancara dan merahasiakan data diri serta privasi informan. Kegiatan wawancara dilakukan dengan suasana yang santai sehingga alur wawancara seperti sedang bercerita. Selama kegiatan wawancara penulis membawa pembicaraan informan supaya terarah pada panduan pertanyaan wawancara.

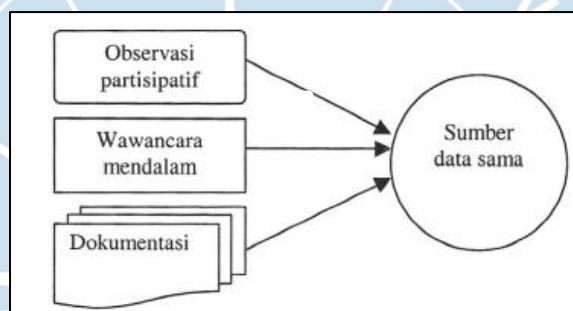
3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan penulis untuk memperoleh data dari dokumen, arsip dan berbagai laporan aktivitas yang diperoleh dari Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta. Menurut Sugiyono (2015:329) dokumentasi sebagai suatu metode pengumpulan data baik itu arsip, dokumen, foto, gambar, suara dan tulisan berupa laporan keterangan yang dapat mendukung penelitian. Hal-hal yang penting bagi penulis untuk menyusun penelitian ini meliputi laporan aktivitas media sosial, aktivitas *e-commerce* (*upload* produk, menaikkan produk dan memproses pesanan). Selama observasi yang pernah penulis lakukan memperoleh dokumentasi berupa *screenshot* aktivitas *e-commerce* umum (Shopee dan Tokopedia) dan aktivitas media sosial bisnis (WhatsApp dan Instagram). Selain itu penulis memperoleh dokumentasi kegiatan Rumah BUMN berupa foto. Untuk melengkapi dokumentasi selanjutnya selama kegiatan observasi lanjutan dan wawancara melengkapi pengambilan foto kegiatan.

4. Triangulasi

Pada teknik pengumpulan data triangulasi sebagai teknik pengumpulan data yang menggabungkan ketiga teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi hal ini dilakukan untuk mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas dengan berbagai teknik dan sumber data (Sugiyono, 2013). Menurut Denzim 2007 triangulasi data dibedakan menjadi 4 (empat) yaitu triangulasi metode, triangulasi antar peneliti (jika penelitian lebih dari satu orang), triangulasi sumber data dan triangulasi teori.

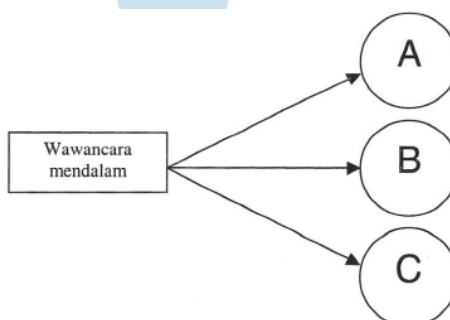
Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis triangulasi metode dan triangulasi data. Pada triangulasi metode peneliti melakukan pengujian menggunakan data temuan dengan metode yang berbeda sebagai berikut ini:



Gambar 2: Triangulasi teknik pengumpulan data

Sumber: Sugiyono, 2013:242

Selanjutnya pada jenis triangulasi data peneliti menguji data hasil wawancara informan satu dengan hasil wawancara informan yang lainnya sebagai berikut ini:



Gambar 3: Triangulasi Sumber pengumpulan data

Sumber: Sugiyono, 2013:242

2.4.2 Jenis Data

Penelitian yang penulis lakukan menggunakan dua jenis data, yaitu jenis data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh penulis secara langsung dengan melakukan observasi dan wawancara di Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari web resmi Rumah BUMN serta dokumen yang penulis peroleh selama melakukan kegiatan *internship* pada periode sebelumnya

2.4.3 Analisis Data

Proses analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu model analisis interaktif. Menurut Bogdan dan Biklen dalam karyanya (1992), analisis data merupakan kegiatan menyusun data yang diperoleh melalui hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi yang diperoleh penulis dan di akumulasi. Proses dalam penelitian ini dilakukan dengan tiga tahap, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan meringkas informasi yang diperoleh peneliti, dalam melakukan reduksi penulis wajib melakukan hal seperti memilih pokok yang menunjang (Sugiono, 2013:92). Data-data yang telah diperoleh melalui pengumpulan data dipilih kemudian diklasifikasikan, berfokus pada data yang mengarah untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Data sekunder berupa dokumen di kategorikan sesuai dengan konsep serta poin penting di dalamnya. Unsur dalam data sekunder yang tidak berhubungan dengan konsep direduksi, begitu pula dengan data primer wawancara. Data yang telah direduksi tetap disimpan untuk arsip penelitian dan jika kemungkinan diadakan penelitian dengan fokus lainnya.

2. Penyajian data

Informasi data yang telah diperoleh berdasarkan reduksi data kemudian dikelompokkan secara terperinci sesuai konsep penelitian. Data kemudian disajikan oleh penulis dalam bentuk kata-kata atau tulisan, gambar, grafik, dan tabel. Penjelasan disajikan secara naratif dengan membangun informasi dan dapat memberikan informasi keadaan yang terjadi.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan penulis lakukan pada saat proses pengumpulan yang dilakukan setelah data dan informasi yang diperoleh lalu disajikan, dideskripsikan, kemudian diberi pemaknaan dengan interpretasi logis.

2.5 Deskripsi Objek Penelitian

2.5.1 Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta

1. Profil Perusahaan



Gambar 4: Logo Rumah BUMN D.I Yogyakarta

Sumber: Dokumentasi Penulis Pada *Internship*

Adapun visi dan misi yang dimiliki oleh Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta adalah sebagai berikut ini:

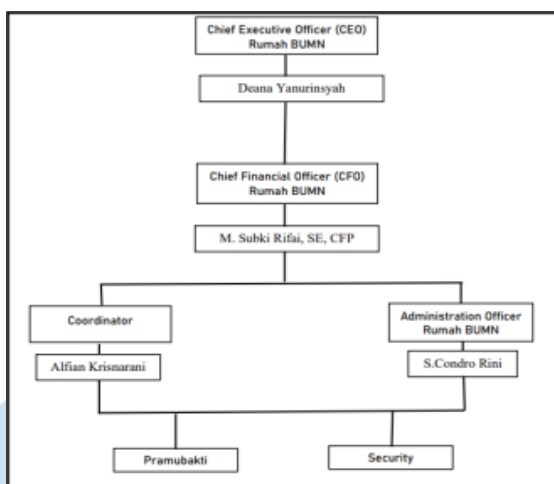
a. Visi

Menjadikan produk kreatif salah satu primadona penghasil devisa bagi daerah dan nasional, serta menjadi salah satu solusi mengatasi masalah sosial dan ketenagakerjaan.

b. Misi

- 1) Membangun apresiasi masyarakat terhadap kreativitas, kewirausahaan dan kewiraniagaan yang bisa dilakukan siapa saja, dimana saja, dan kapan saja.
- 2) Menjadikan kreativitas, kewirausahaan dan kewiraniagaan sebagai budaya, usaha, dan niaga masyarakat untuk masa depan.
- 3) Mengembangkan berbagai sektor kreatif, usaha, dan niaga yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan

Struktur Organisasi Rumah BUMN BRI Yogyakarta



Gambar 5: Struktur Organisasi Rumah BUMN D.I Yogyakarta

Sumber: Dokumentasi Penulis

2. Sejarah Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta

Berdasarkan data Kementerian Koperasi jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2019 sebesar 65,5 juta unit meningkat sebesar 1,89% dari tahun 2018 sebesar 64,2 juta unit dengan penyumbang besar adalah usaha mikro (Kemenkeu, 2020). Hal ini menunjukkan potensi yang besar dari UKM dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Langkah awal yang dilakukan oleh Kementerian BUMN melakukan Kolaborasi dengan berbagai perusahaan BUMN dalam membentuk sistem ekonomi digital (*Digital Economy Ecosystem*) melalui pembinaan UKM (Manual RKB, 2019, hal. 5). Dengan demikian dasar pembentukan Rumah BUMN sebagai pusat pengembangan, edukasi dan digitalisasi UKM dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas UKM untuk mewujudkan Indonesia yang berkualitas.

Untuk pertama kali Kementerian BUMN mendirikan Rumah Kreatif BUMN yang berkolaborasi dengan perusahaan BUMN yaitu PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. Pada tahun 2016 di daerah Labuan Bajo. Berdasarkan data dari Kementerian BUMN tercatat hingga saat ini terdapat 245 Rumah Kreatif melibatkan 14 perusahaan BUMN yang tersebar di seluruh Indonesia. Berikut ini adalah data persebaran Rumah Kreatif BUMN di Indonesia (Rumah BUMN, 2020):

NO	BUMN	Jumlah Rumah Kreatif BUMN
1	PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	46
2	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	55
3	PT Bank Mandiri (Persero)	19
4	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	45
5	PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk	10
6	PT Semen Indonesia (Persero) Tbk	1
7	PT Pertamina (Persero)	29
8	PT Perusahaan Listrik Indonesia (Persero)	27
9	PT Indonesia Asahan Alumunium (Persero)	1
10	PT Perkebunan Nusantara (Persero)	3
11	PT Angkasa Pura II (Persero)	1
12	Perum Percetakan Uang Republik Indonesia	1
13	PT Bukit Asam Tbk	3
14	PT Seme Batu Raja Tbk	1

Tabel 1: Sebaran Rumah Kreatif BUMN

Sumber: <https://bumn.go.id/responsible/info/rumah-kreatif-bumn-rkb-5d>

Salah satu perusahaan BUMN yang terlibat dalam program Rumah Kreatif BUMN salah satunya PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. pada tahun 2017. Rumah Kreatif BUMN yang didirikan Kementerian BUMN dan PT BRI (Persero) Tbk. tersebar ke seluruh Indonesia salah satunya berada di D.I. Yogyakarta.

Pembentukan Rumah Kreatif BUMN BRI ini sebagai usaha untuk mewadahi para pelaku usaha UKM yang berada di daerah Yogyakarta. Selain itu penyelenggaraan Rumah Kreatif BUMN BRI ini merupakan salah satu bentuk program pemberdayaan masyarakat (*Community Development*) dari program CSR PT.BRI (Persero) Tbk. Rumah Kreatif BUMN D.I. Yogyakarta berada di bawah binaan PT. Bank Rakyat Indonesia cabang Cikditiro Yogyakarta (Hondro, 2020, hlm.3). Rumah Kreatif BUMN BRI ini merupakan satu-satunya Rumah BUMN yang memiliki fasilitas yang dilengkapi dengan *Co-Working space* untuk menunjang kegiatan UMKM sehingga Kementerian BUMN memberi nama RKBplus. Tercatat pada tahun 2019 Rumah Kreatif BUMN Yogyakarta telah memiliki anggota sebesar 43.800 UMKM yang terdiri dari nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) dan 1.153 diantaranya berasal dari luar daerah Yogyakarta. Anggota UMKM yang diberdayakan terdiri dari bidang *fashion*, kuliner, makanan, kerajinan tangan dll.



Gambar 6: Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta

Sumber: Dokumentasi Penulis saat Observasi

Seiring berjalannya waktu Rumah Kreatif BUMN (RKB) melakukan pembaharuan tepatnya pada tanggal 17 Agustus 2020, dimana Kementerian BUMN melakukan pembaharuan nama. *Rebranding* Rumah Kreatif BUMN menjadi Rumah BUMN selain itu juga penambahan fungsi Rumah BUMN yang awalnya berfungsi mendukung dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi 5 fungsi yaitu pengembangan UMKM, Satuan Tugas Tanggap Bencana, Penyaluran Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), Pengelolaan *Coworking Space* serta sebagai pusat kegiatan *Millennial* BUMN. Rumah BUMN berperan juga dalam pembinaan UMKM melalui beberapa tahap diantaranya (BRI, 2020):

- 1) *Base Camp Millennials*, Rumah BUMN mengambil peran sebagai wadah pengembangan, pendampingan dan mentoring terutama kalangan millennial dalam mengembangkan usaha.
- 2) *Go Working Space*, Rumah BUMN sebagai tempat yang nyaman dengan fasilitas yang mendukung kegiatan diskusi dan berkumpulnya UMKM.
- 3) Informasi Tanggap Bencana, Rumah BUMN mengambil peran sebagai Koordinator tanggap bencana dengan satgas terdekat.
- 4) Program Kemitraan dan KUR, Rumah BUMN menjadi pusat informasi Kredit Usaha Rakyat (KUR) sekaligus program kemitraan.



Gambar 7: 5 Fungsi Rumah BUMN
Sumber: Arsip dokumentasi penulis

2.5.2 UMKM Binaan Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta

1. UMKM Methe

Mendem Tresno group merupakan home industri yang memproduksi camilan masa kini yaitu Methe premium cashew. Methe Premium cashew adalah camilan yang terbuat dari kacang mede pilihan terbaik yang kemudian diolah menjadi camilan yang memiliki varian rasa seperti *chocolate*, *green tea* dsb. Methe Premium Cashew di dirikan pada 20 Maret 2020. Beralamat kan di Dusun Ngawen RT 02/11, Trihanggo, Gamping, Sleman, Yogyakarta. Pemilik dari UMKM Methe ini adalah Luky Adi Prastyo yang produksinya sebagai industri rumahan.



Gambar 8: Produk Methe varian coklat & matcha dari UMKM Methe

Sumber: Arsip dokumentasi penulis

2. UMKM Kama

Kama merupakan salah satu produk lokal yang berasal dari Yogyakarta. Awal mula berdiri, Kama hanya fokus memproduksi produk *fashion*.

Namun, seiring dengan digencarkannya “*zero waste product*”, Kama juga memproduksi beberapa produk lainnya seperti *pouch*, tas, topi, hingga bandana, dan sebagainya.

Tujuan Kama sederhana hanya ingin memperkenalkan produk yang khas dengan sentuhan kain nusantara. Selain wilayahnya yang luas, Indonesia juga memiliki banyak ragam kain nusantara, melalui produk ini Kama mengajak seluruh kalangan dari anak-anak hingga dewasa untuk selalu bangga menggunakan produk dengan unsur kain nusantara.



Gambar 9: Produk *outer* & buket hat berbahan dasar kain tenun ATBM dari UMKM Kama

Sumber: Arsip dokumentasi penulis

3. UMKM Banania

Banania merupakan merk dagang milik CV Cariza Khansa Pratama yang beralamatkan di Jl. Jetis, Candi Gebang Blok J no 9 Wedomartani Ngemplak, Sleman D.I. Yogyakarta. CV Chariza Khanza Pratama didirikan pada tahun 2019 yang bergerak di bidang kuliner dengan fokus mengembangkan olahan makanan yang berbahan dasar pisang. CV Cariza Khansa Pratama bercita-cita untuk menjadi perusahaan yang dikenal secara global dan berpedoman pada prinsip berkelanjutan (*sustainability*). Pada tahun 2019 pertama kali memproduksi kripik pisang dengan 1 (satu) varian rasa yaitu coklat yang hingga tahun 2020 berkembang menjadi 5 (lima) varian rasa. Kemudian pada tahun 2020 mulai memproduksi Granola pisang dan 2021 memproduksi tepung pisang. Produk UMKM Banania tersebar di 400 toko seluruh D.I. Yogyakarta dan Jawa Tengah serta dapat ditemukan di marketplace Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Blibli dll.