

BAB IV KESIMPULAN

Berdasarkan temuan-temuan yang telah diperoleh untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dijabarkan secara berurutan sebagai berikut:

1. Rumusan masalah pertama mengenai pembentukan platform digital *e-commerce* oleh Rumah BUMN. Jawaban yang penulis peroleh adalah pembentukan platform digital *e-commerce* Rumah BUMN sebagai proses sosial yang menghasilkan konstruksi sosial teknologi dengan menggunakan jenis *e-commerce* umum, khusus dan sosial media bisnis.
2. Rumusan masalah yang kedua mengenai proses pembinaan *e-commerce* UMKM oleh Rumah BUMN. Jawaban yang penulis peroleh adalah proses pembinaan UMKM melalui tahap pengelompokan UMKM menjadi 3 tahapan yaitu; Go Modern, Go Digital dan Go selanjutnya penyelenggaraan kegiatan pelatihan dan *monitoring* UMKM sebagai hasil akhir pembinaan.
3. Rumusan masalah ketiga mengenai fungsi platform *e-commerce* dalam proses pembinaan UMKM. Jawaban yang penulis peroleh adalah fungsi platform digital *e-commerce* dalam pembinaan UMKM sebagai solusi UMKM mengatasi permasalahan pemasaran produk dan membantu UMKM meningkatkan kualitas untuk naik kelas menuju digital ekonomi.

Temuan pada rumusan masalah pertama memiliki perbedaan dengan penelitian Hendarsyah (2020), Miranda (2013), Sugiarti, dkk (2020). Perbedaan itu adalah penelitian menemukan pembentukan platform digital yang diterapkan pada UMKM dan Rumah BUMN untuk menciptakan *digital economy*, sedangkan penelitian Hendarsyah pada cara inovasi untuk pemasaran kewirausahaan. Di samping itu, penelitian Miranda dan Sugiarti menemukan pentingnya penggunaan platform digital *e-commerce* dalam kegiatan usaha untuk meningkatkan kemampuan.

Temuan pada rumusan masalah kedua memiliki perbedaan dengan penelitian Syafitri (2012) dan Sugiati, dkk (2020). Perbedaan itu adalah hasil temuan Syafitri berfokus pada pembinaan dalam bentuk motivasi kewirausahaan dan bantuan perluasan pasar. Hasil temuan Sugiati lebih mengarah pada pendampingan

penggunaan platform *e-commerce* untuk memasarkan produk dan pemantauan untuk menguji efektifitas penjualan melalui penggunaan platform *e-commerce*. Berdasarkan temuan Sugiati terdapat 2 elemen yang memiliki kesamaan dengan hasil penelitian penulis yaitu pada kegiatan pembinaan dan *monitoring*. Hal ini menjadi menarik karena elemen pendampingan menjadi bagian penting bagi UMKM untuk memperdalam kemampuan sumber daya manusia dan *monitoring* sama-sama dibutuhkan untuk melihat efektivitas program dan evaluasi bagi pelaku usaha.

Temuan pada rumusan masalah ketiga memiliki perbedaan dengan penelitian Miranda (2013) pemakaian platform *e-commerce* bisa membantu meningkatkan daya saing. Pada temuan tersebut memiliki kesamaan dengan hasil temuan penelitian penulis khususnya pencapaian pemakaian platform *e-commerce* untuk meningkatkan kualitas usaha. Hal ini memiliki kesamaan pada hasil temuan dari penelitian Sugiarti, dkk (2020) menunjukkan pencapaian penetrasi pasar *online* oleh UMKM DEDE SATOE. Berdasarkan persamaan dan perbedaan temuan di atas, hasil temuan peneliti sebagai pelengkap untuk penelitian Sugiarti, dkk (2020). Hal ini didasarkan pada kesamaan penggunaan platform *e-commerce* untuk meningkatkan daya saing UMKM. Di sisi lain, hasil temuan Miranda (2013) menjadi keragaman dalam antisipasi resiko.

Sedangkan, menurut teori dan konsep yang disampaikan pada Bab I, terdapat kesesuaian dalam hal pembentukan platform digital dalam kegiatan pembinaan UMKM. Kemudian, terdapat kesesuaian antara elemen dari Klein & Kleinman dengan hasil temuan. Kesesuaian itu adalah konsep SCOT pada elemen fleksibilitas interpretatif, hubungan relevan dengan kelompok sosial, berakhir dan stabilisasi dan konteks yang lebih luas. Dalam penerapannya sesuai dengan pengategorian menurut Kotler & Armstrong dengan temuan jenis *e-commerce* kategori *e-commerce* umum, *e-commerce* khusus dan sosial media.

Selanjutnya temuan pada proses pembinaan *e-commerce* ditemukan terdapat kesesuaian konsep milik F. Bresser & C. Wilson pada gagasan, usaha memfasilitasi untuk mendukung UMKM. Kesesuaian tersebut sama pada Manual RKB diwujudkan dalam bentuk program pembinaan yang terdiri dari 3 tahapan yaitu; Go Modern, Go Digital dan Go Online. Kemudian pada temuan pada bagian fungsi

platform digital *e-commerce* dalam proses pembinaan UMKM bahwa platform digital *e-commerce* menyesuaikan dengan kebutuhan UMKM. Dengan keberadaan platform digital *e-commerce* sebagai bentuk solusi pada kendala dalam tiap tahapan pembinaan. Dengan tercapainya solusi platform digital berfungsi dengan baik pada upaya UMKM untuk naik kelas.



DAFTAR PUSTAKA

- Arini, Hadiyanti. 2017. *Efektifitas Inkubator Bisnis dalam Pelaksanaan Pembinaan UMKM Melalui Program UKM Tenant (Studi Kasus CIKAL USU)*. Skripsi. Medan: Universitas Medan Area.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bijker, Wiebe E. dan Pinch, Trevor J. 1987. *The Social Construction of Technological System: New Direction in The Sociology and History of Technology*. London: The MIT Press Cambirdge.
- Bogdan, Robert dan Biklen, S. 1992. *Qualitative Research For Education*. Boston: Allyn and Bacon.
- Bogdan, Robert dan Taylor. 1992. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*, Terjemahan oleh Arief Rurchan. Surabaya: Usaha Nasional.
- Bresser, F., C. Wilson dan J. Passmore. 2010. *Excellence in Coaching: The Industry Guide*. Great Britain: Kogan Page Limited.
- BRI. 2020. *Petunjuk Pelaksanaan Rumah BUMN (RB) BRI*. Jakarta.
- Cusumano, Michael A., Yoffie, David B., Gawer, Annabelle. 2020. *The Future of Platforms*. Cambridge: MIT Sloan Management Review.
- Hein, A., M. Schreieck., T. Raisonow., D.S. Setzke., M. Wiesche., M. Bohm & H. Krcmar. 2020. *Digital Platform Ecosystem. Elektromic Market*. Volume. 30. 1 (87-98). Germany: Springer.
- HenadrSyah, Decky. 2020. *Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita. Bengkalis: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis.
- Imam Gunawan, S. M. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.

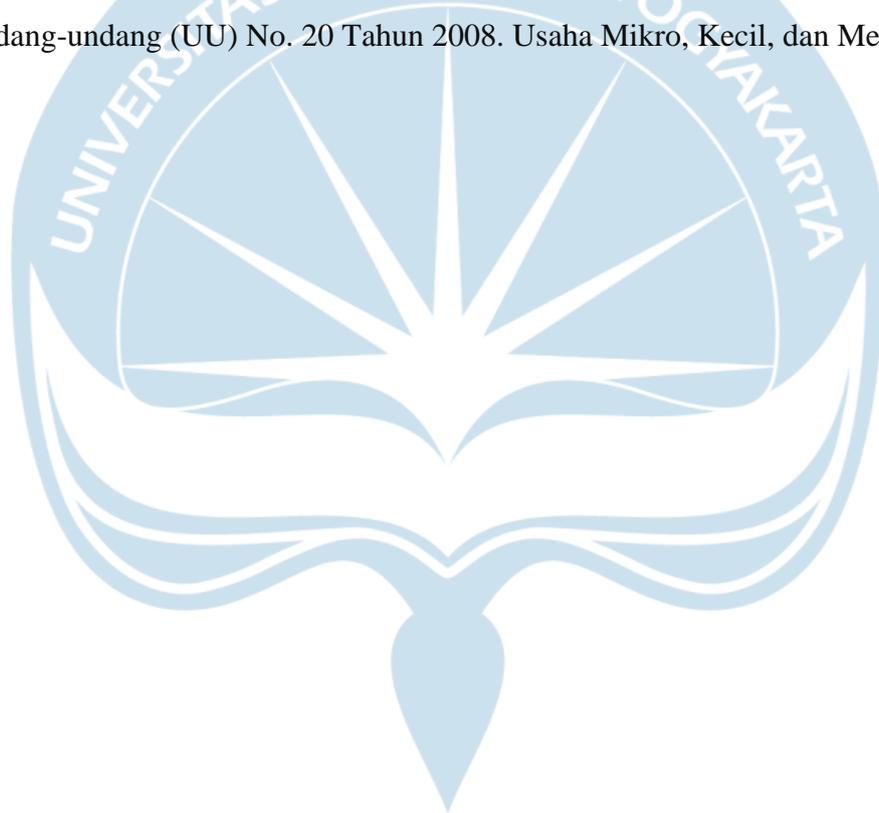
- Irawan, Bambang. 2022. *Adopsi Platform Digital dalam Pengembangan Kapasitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Daerah Khusus Ibukota Jakarta*. Fair Value. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan. Volume 5. Jakarta: Institut Ilmu Sosial Dan Manajemen STIAMI.
- Kazan, E., Tan, C-W., & Lim, E. T. K. 2014. *Towards a Framework of Digital Platform Disruption: A Comparative Study of Centralized & Decentralized Digital Payment Providers*. Proceedings of the 25th Australasian Conference on Information Systems. New Zealand: ACIS.
- Klein, H. K., dan Kleinman, D. L. 2014. *The Social Construction of Technology: Structural Considerations*. Virginia Ave NW: Sage Publishing.
- Kumah, Moses. 2017. *The Role of social media as a Platform for E-commerce. How social media is Gradually Becoming a Major Role in E-commerce*. Finlandia : Vaasa University of Applied Sciences VAMK.
- Miranda, Eka. 2013. *Pemakaian E-commerce Untuk Usaha Kecil dan Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing*. Jurnal ComTech Vol.4 No. 2 (638-645). Jakarta Barat: Binus University.
- Nathalia, Henry Brown, dkk. 2018. *Aplikasi Transportasi Online GO-JEK Bentuk dari Konstruksi Sosial Teknologi dalam Media Baru*. Jurnal Media Tor. Volume.11 (227-235). Indonesia: Universitas Indonesia.
- Rumah Kreatif BUMN.2019. *Manual Rumah Kreatif BUMN*. Jakarta: Rumah BUMN.
- Semiawan, Conny R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Srnicek, Nick. 2016. *Platform capitalism*. Cambridge: Polity Press.
- Sugiarti, Yenny and Sari, Yenny and Hadiyat, Mochammad Arbi. 2020. *Peranan E-commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Sambal Di Jawa Timur*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Volume 3 (298-309). Surabaya: Universitas Surabaya.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Suyanto, B. 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Edisi Ketiga. Jakarta: PT Adhitya Andrebina

Syafitri, Ade. 2012. *Pelaksanaan Pembinaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Program Kemitraan Sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) (Studi Kasus Mitra Binaan PT. Telkom Indonesia, Tbk Divsi Area II Jakarta-Banten*. Skripsi. Jakarta: Universitas Indonesia.

Undang-undang (UU) No. 20 Tahun 2008. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah





PEDOMAN WAWANCARA

A. Jadwal Wawancara

Tempat :
Tanggal, hari :
Waktu mulai dan selesai :

B. Identitas Informan

Nama :
Jenis kelamin :
TTL :
Pendidikan terakhir:
Pekerjaan :
Jabatan :

C. Pertanyaan Penelitian

Susunan pertanyaan wawancara dibawah ini didasarkan pada pertanyaan umum yang diajukan oleh peneliti dengan menyesuaikan konsep penelitian. Untuk kedepannya, pertanyaan akan menyesuaikan dan dikembangkan dengan respon dari informan. Pertanyaan penelitian akan dibagi menjadi 2 (dua) tipe informan yaitu informan internal dan eksternal Rumah BUMN BRI D.I.Yogyakarta.

Latar belakang Informan

1. Ceritakan mengenai diri anda
2. Ceritakan mengapa memilih pekerjaan saat ini.
3. Ceritakan bagaimana rutinitas dalam pekerjaan saat ini.

Pembentukan Platform E-Commerce oleh Rumah BUMN BRI D.I.Yogyakarta dalam mendukung UMKM.

1. Bagaimana platform digital digunakan sebagai wadah Inkubasi UMKM oleh Rumah BUMN?
2. Bagaimana pembentukan jaringan e-commerce dalam Rumah BUMN?
3. Siapa saja pihak yang dilibatkan dalam pembentukan platform e-commerce?
4. Mengapa memilih platform e-commerce untuk mendukung UMKM?

PEDOMAN WAWANCARA UMKM

A. Jadwal Wawancara

Tempat :

Tanggal, hari :

Waktu mulai dan selesai :

B. Identitas Informan

Nama :

Jenis kelamin :

Usia :

Pendidikan terakhir :

Pekerjaan :

Jabatan :

C. Pertanyaan Penelitian

Susunan pertanyaan wawancara dibawah ini didasarkan pada pertanyaan umum yang diajukan oleh peneliti dengan menyesuaikan konsep penelitian. Untuk kedepannya, pertanyaan akan menyesuaikan dan dikembangkan dengan respon dari informan. Pertanyaan penelitian akan dibagi menjadi 2 (dua) tipe informan yaitu informan internal dan eksternal Rumah BUMN BRI D.I.Yogyakarta.

➤ Latar belakang Informan

1. Ceritakan mengenai diri anda
2. Ceritakan mengapa memilih pekerjaan saat ini.
3. Ceritakan bagaimana rutinitas dalam pekerjaan saat ini.

Pembentukan Platform E-Commerce oleh Rumah BUMN BRI D.I.Yogyakarta dalam mendukung UMKM.

1. Menurut anda apa itu platform e-commerce?
2. Apakah anda bisa memanfaatkan platform e-commerce dengan mudah?
3. Masalah apa yang anda hadapi dalam pemanfaatan platform e-commerce?

TRANSKIP WAWANCARA INTERNAL RB JOGJA

A. Jadwal Wawancara

Tempat : Rumah BUMN BRI D.I. Yogyakarta (BRI X Covee)

Tanggal : 14 Juni 2022

Waktu : 09.25 – 11.18

Durasi : 51.34 menit

B. Identitas Informan

Nama : M. Subki Rifai

Jenis kelamin : Laki-laki

TTL : Jakarta, 10 Januari 1990

Pendidikan terakhir : S1

Pekerjaan : Pegawai BUMN

P : Mungkin bisa memperkenalkan diri, alasan memilih pekerjaan dan rutinitas saat ini.

N : Oke, baik. Selamat pagi perkenalkan nama saya Muhammad Subki Rifai saya disini sebagai CFO muda dari Rumah BUMN Provinsi Yogyakarta.

P : Okee. Jadi, aku mau nanya ni mas bagaimana platform digital digunakan sebagai wadah inkubasi UMKM di Rumah BUMN ini

N : Oke, jadi e apa ya. Seperti yang kita tahu ya kalau misalkan eee..apa tingkat persaingan semakin tinggi ya namun disisi lain peluang atau potensi pasar semakin luas dengan kehadiran platform digital salah satunya *e-commerce* ya.

hal ini yang menjadi salah satu tugas, tugas fungsi kita dari Rumah BUMN untuk mendorong UMKM UMKM yang menjadi Mitra binaan kita yang Untuk memanfaatkan platform *e-commerce* ini. Sebagian besar UMKM yang ada di Rumah BUMN itu masih kelas nya UMKM mikro yang artinya yang mereka hanya melakukan penjualan itu secara tradisional ya dari mulut ke mulut atau mungkin menggunakan teknologinya masih sebatas penawaran melalui WhatsApp ya padahal potensi pengenalan produk mereka dan penjualan produk mereka diuar orang-orang terdekat maupun orang-orang yang dikenal mereka itu ya besar juga ya. Apalagi untuk produk-produk UMKM yang punya nilai atau value tersendiri ya, karena kita tahu bahwa produk UMKM itu kan kebanyakan home artinya ada unit steeling yang dihadirkan oleh masing-masing UMKM dari produknya. Begitu.

P : Kalau untuk pembentukan jaringan *e-commerce* nya Rumah BUMN itu sendiri bagaimana ya?

N : Jadi, ee untuk pembentukan *e-commerce* itu sendiri ee kita melakukan 2 langkah ya. Yang pertama kita lakukan secara internalisasi artinya di sini Rumah BUMN juga sebagai apa sebagai tempat bagi UMKM-UMKM yang mungkin belum mampu untuk melakukan penjualan online secara mandiri ya, karena kesibukan mereka atau keterbatasan sumber daya mereka. Kita itu punya namanya RB Store, di RB Store itu ya kita apa

mengkurasi produk-produk UMKM yang memang secara produk itu layak untuk kita jual itu kita kenalkan ke pasaran. jadi di RB Store itu ya kumpulan produk-produk UMKM tadi yang kita jual baik melalui offline toko Store offline dan toko online kita ya. Terus yang kedua pendekatan kita ya kita mengenalkan atau mendorong si UMKM itu mempunyai sendiri toko online-nya ya dengan beberapa step yang pertamanya kita mengajari mereka memberikan pelatihan kepada mereka bagaimana membuka toko online di platform tertentu sebagai contoh di Shopee langkah-langkahnya Seperti apa di Tokopedia Seperti apa di Buka lapak itu seperti apa, terus hal-hal yang harus diperhatikan oleh mereka saat mereka memasukkan produknya atau mengupload produknya Ya baik dari sisi foto produk judul apa judul produknya ya deskripsi produk dan pemanfaatan fitur-fitur yang ada di dalam toko online tersebut nya. Seperti contoh di Shopee punya fitur naikkan produk dan lain sebagainya. Terus langkah selanjutnya bagaimana mereka mengoptimalkan market place itu ya atau *e-commerce* itu yang mereka sudah punya agar mereka bisa dapat bersaing dengan Apa pelaku bisnis lainnya yang sudah ada di toko online itu ya. Sebagai contoh bagaimana mereka memanfaatkan fitur iklan agar disetiap pencarian yang dilakukan oleh calon customer itu ya bisa produk mereka bisa muncul di halaman pertama atau copy waiting dari deskripsi maupun judul produk yang tepat ya ga ya produk mereka muncul di halaman pertama. Karena kita tau sebagai pembeli yang biasanya kita hanya melihat melihat-lihat produk itu lebih memprioritaskan di halaman pertama. Mungkin ya tiga langkah itu lah yang kita lakukan untuk mengedukasi UMKM mitra binaan itu.

- P : Yang dilibatkan dalam proses pembentukan platform *e-commerce* ini baik proses pengenalan produk, pemasaran produk yang dilibatkan bukan hanya RB?
- N : Harus kolaborasi dengan berbagai pihak yang memang expert dibidangnya. Ya kaya shopee, mereka kan punya shopee expert ya Istilahnya ya ya mereka bisa membedah atau memberikan edukasi ke UMKM secara lebih optimal dibandingkan ya kita yang di sini secara background banyak belum mengetahui tentang sebenarnya fitur apa sih yang perlu dioptimalkan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan di toko online ya contoh sederhana seperti saya bilang lagi judul dan deskripsi itu kadang UMKM hanya menonjolkan brandnya tapi tidak tidak tidak menyesuaikan dengan pikiran konsumen saat mencari mencari produk itunya sehingga dia tidak dimasukkan ke situ.
- P : Rumah BUMN dalam mendorong UMKM menggunakan platform *e-commerce* apa saja ya mas?
- N : Ya kalau kita itu apa *e-commerce* yang kita dorong itu ya yang pasti ini yang memang sudah familiar secara transaksi juga sudah besar ya dan dikenal masyarakat luas seperti dari shopee Tokopedia Bukalapak ya Dan kita pun di Rumah BUMN juga menggunakan ketiga itu ya kalau tiga (3) marketplace itu ya dia kan sifatnya B2C ya artinya pembelinya itu ya pembeli pembeli ritel atau pelanggan langsung di luar itu sebenarnya kita

dari BUMN itu sendiri Kita punya yang namanya PaDi UMKM yang di mana platformnya itu mendorong terjadinya transaksi B2B antara UMKM dengan BUMN yang mempunyai kebutuhan operasional kebutuhan hariannya mereka untuk kegiatan pekerjaan mereka ya seperti misalkan BUMN yang akan menyelenggarakan acara butuh catering atau konsumsi yang mereka menggunakan platform PaDi UMKM untuk melakukan pesanan pada UMKM yang bisnisnya sebagai penyedia makanan-makanan.

P : Kenapa Rumah BUMN membentuk PaDi itu sendiri?

N : ini apa ini apa kenapa kenapa PaDi UMKM ini lahir Sebagai bentuk dukungan ya BUMN itu sendiri terhadap penggunaan produk-produk dalam negeri. Ya karena amanah Presiden itu kan kebanyakan ya kebanyakan barang yang dibeli BUMN itu masih secara kesesuaian produk dalam negerinya itu ya masih kurang lah ya. Yang kedua pemerataan pemerataan dalam hal sisi belanja di BUMN itu sendiri ya jangan sampai dia hanya misalkan punya kebutuhan yang sifatnya opsional dia hanya belanja di tempat-tempat tertentu aja itunya hal itu kan tidak memunculkan pernyataan ya padahal banyak usaha-usaha sejenis yang perlu didorong juga untuk penjualannya. Terus Selain itu apa ya PaDi UMKM itu yang sebagai media ya untuk UMKM itu bisa menyesuaikan produknya sebagai ajang belajar untuk mereka beauty contest ya untuk mendapatkan order-order yang jumlahnya itu besar yang mereka bagaimana mereka bisa terdorong untuk secara produk itu bisa lebih menarik dan dengan harga bersaing ya karena corporate atau perusahaan itu membelanjakan harganya kan harus kompetitif ya kedua secara kapasitas produksi ya mereka harus siap karena setiap ya karena pembelian itu kan tidak satu atau dua picis. Pembeliannya dalam jumlah yang banyak yang hal-hak itu menjadi tujuan ya kalau misalkan kita sebagai salah satu BUMN untuk berperan untuk UMKM dengan melalui belanja ke UMKM yang menjadi mitra binaannya.

P : Kalau untuk aksesnya sendiri dari UMKM nya itu apa ada prosedurnya dan harus lewat Rumah BUMN dulu atau bisa langsung?

N : Kalau untuk di PaDi UMKM itu yang pertama mereka harus mendaftar ya. Untuk daftar user di PaDi UMKM itu mereka punya syarat usahanya berjalan terus harus harus wajib NPWP karena perusahaan yang belanja itu wajib kena pajak ya, pengenaan pajaknya harus sesuai ya. Yang ketiga punya rekening bank, dari sisi prodak sebenarnya peran Rumah BUMN untuk mengkurasi menyesuaikan prodak mana yang memang sesuai dengan kebutuhan BUMN. Sebagai contoh tadi si UMKM yang menjual makanan minuman itulah ya snack atau catering. Artinya kita bisa lihat kok BUMN suka ngadain rapat ya punya kebutuhan konsumsi artinya sesuai. Atau misalkan dia handycraft tertentu ya, handycraft dari kayu atau apa ya bisa masuk kalau misalkan BUMN punya kebutuhan pengadaan souvenir untuk mereka event atau ada tamu. Tapi ada beberapa usaha yang memang tidak cocok misalkan untuk kita daftarkan ke PaDi UMKM ya kita melihat kesesuaian Ada nggak sih sebenarnya kebutuhan tim operasional nya BUMN itu yang bisa menyerap prodak UMKM nya.

- P : Sekarang ini UMKM binaan Rumah BUMN sendiri apa ada yang sudah memiliki akun di PaDi?
- N : Sudah, sudah namun masih menjadi PR besar ya buat kita untuk mengedukasi teman-teman UMKM untuk bisa ikut mendaftar di PaDi UMKM itu sendiri. Problemnnya itu sendiri ya kita nggak punya big data dari anggota kita mana yang sudah mendaftar atau enggak ya karena platform atau pengelola dari PaDi UMKM nya sendiri diluar Rumah BUMN ya ada divisi di BUMN tertentu yang memang mengelola PaDi UMKM. Jadi kita agak kesulitan siapa siapanya aja tapi kita terus mendorong untuk melakukan edukasi dan sosialisasi member-member kita yang memang belum terdaftar di PaDi UMKM dan gimana sih agar mereka bisa bersaing di PaDi UMKM kadang banyak UMKM yang berharap hari ini udah daftar di padi UMKM maksimal bulan depannya dapat order ya. Padahal ya tetep mereka harus bersaing gitu, bersaingnya dalam arti di PaDi UMKM itu pasti banyak produk sejenis ya gimana mereka bisa memunculkan unique value yang bisa membuat user di BUMN itu ya tertarik untuk beli barangnya mereka gitu. Tapi kalau misalkan sudah ada pembelinya kan akan potensi penjualannya akan lebih banyak ya dibandingkan di *e-commerce* yang sifatnya ritel gitu.
- P : Kalau untuk teransaksinya sendiri PaDi apa sama dengan Shopee dan Tokopedia?
- N : Ya kalau untuk proses transaksinya sama ya. Jadi ya, dibagian pengadaannya di BUMN misalkan katakanlah BRI. Bagian pengadaannya butuh sesuatu snack katakanlah, mereka punya usernya nanti melalui usernya bisa mencari catering atau penyedia makanan yang sesuai kriteria mereka. Lalu setelah itu mereka melakukan pemesanan disana ya, mereka memasukkan jumlah trus lanjut ke bagian pembayaran. Dan yang pasti kalau di e-commerce, mungkin sekarang ya seperti Shopee, Tokopedia dan lain lain pajaknya tidak ada yang tidak terpotong langsung ya. Kalau di PaDi UMKM perihal perpajakan itu sudah bisa dilihat jelas di sana bahkan faktur pajaknya bisa langsung dicetak lah gitu.
- P : Kelebihan PaDi dibandingkan dengan *e-commerce* umum lainnya apa?
- N : Yang pertama pemesanannya ya ya itu potensi pemesanannya, karena ini B2B yaitu potensi pemesanannya secara kuantiti itu lebih besar dari 1X pemesanan itu kuantiti pemesanannya itu lebih besar. Terus apa lagi ya Ya sebenarnya sih di PaDi itu selain B2B apa bisa dilakukan transaksi B2C ya. Bisa dilakukan B2C kita misalkan bukan orang BUMN atau pegawai BUMN di luar bagian pengadaan mau transaksi beli snack 1 itu bisa juga gitu. jadi tidak bukan platform yang cuman bisa B2B doang itu ya. Tapi bisa juga costumers ritel untuk belanja di PaDi UMKM. Trus selanjutnya kelebihannya apa lagi ya masalah kepatuhan terhadap pajak ya. Ya saya sampaikan di situ sudah tergambar jelas berapa besar pajak yang harus yang menjadi beban pembeli dan penjual itu. Kalau misalkan ritel pembeli ritel juga tersedia promo-promo di PaDi seperti marketplace biasa. Seperti potongan harga, program gratis ongkir dan lain sebagainya.
- P : Media Sosial yang biasa digunakan Rumah BUMN dan RB Store dalam menjalankan kegiatan?

- N : Kalau saat ini aktif digunakan Instagramnya selain itu YouTube. YouTube itu sebagai media kita untuk apa rekaman atau recording dari pelatihan atau seminar yang kita lakukan jadi di sana UMKM atau milenial yang punya minat terhadap usaha yang bisa melihat hasil pembelajaran saat webinar. Jadi walaupun dia tidak ikut webinar saat itu mereka masih melihat materi yang disampaikan oleh narasumber atas pelatihan yang kita adakan. Ya intinya kita menggunakan dua platform itu ya instagram dan YouTube sebagai media komunikasi kita.
- P : Kalau Rumah BUMN sendiri apa menggunakan Whatsapp?
- N : Oh iya kalau whatsapp kawat itu digunakan sebagai media komunikasi paling utama. Disitu kita kan punya grup anggota-anggota Rumah BUMN yang kita jadikan media komunikasi untuk ya, menyebarkan misalkan ada kegiatan pelatihan atau program-program yang kita sampaikan di grup itu penyampaian informasi. Kalau whatsapp itu kan sudah betul-betul terfilter member ya yang betul-betul jadi anggota. Kalau Instagram atau YouTube kan bisa diakses oleh siapa aja yang belum menjadi member, tapi dia bisa juga dapat informasi ya di Instagram ya.
- P : Kalau media sosial yang digunakan RB untuk membantu memasarkan produk UMKM apa ada?
- N : Kalau dulu ya, instagram kita itu dibagi dua ya instagram @rumahbumn.Jogja sama @rbjogjastore. Cuman kita sekarang cuma fokus di @rumahbumn.jogja kita disitu di jadwal tertentu membuat konten-konten tertentu biasanya kita membuat konten-konten promosi untuk UMKM, baik yang sifatnya soft selling maupun hard selling. Yang soft selling ya kebanyakan orang lebih senang ya konten-konten softselling dimana sasaran kita untuk menciptakan awareness terhadap produknya.
- P : Apakah instagram memiliki peran ganda dalam memberikan informasi produk sekaligus pemasaran produk UMKM?
- N : Kalau Instagram itu tujuannya cuman buat awareness ya. Kalau untuk apa itu call to action penjualannya ya kita arahnya ke shopee, Tokopedia sama itu Bukalapak. Nanti kan kita di bio Instagram kita itu ada Linktree yang isinya link untuk masuk ke toko kita. Jadi ya konten yang memang kita hadirkan di instagram-nya itu sendiri ya apa bukan, outputnya itu bukan konversi untuk penjualan ya tapi lebih ke awareness.
- P : Mengapa Rumah BUMN melakukan kegiatan pembinaan bagi UMKM?
- N : Kalau dibilang kenapa ya Rumah BUMN itu awal berdirinya kan karena amanah Kementerian BUMN yang meminta BUMN yang ditunjuk yang di kota atau Kabupaten tertentu itu untuk melakukan pembinaan terhadap UMKM. Tujuannya agar BUMN ini ikut terlibat gitu dalam hal pengembangan UMKM nya itu sendiri ya memang di kota atau Kabupaten itu ada dinas tertentu yang yang sudah melakukan proses pembinaan terhadap UMKM. Cuma ya kita tahu sendiri ya UMKM itu kan jumlahnya banyak ya dengan kompleksitas berbeda-beda ya artinya harus banyak pihak yang terlibat dari sisi membantu UMKM ini ya untuk bisa terus naik kelasnya. Jangan sampai dia tidak punya pendamping atau tidak tahu arahnya harus seperti apa bisnis yang dia jalankan gitu.

P : Siapa saja yang dilibatkan Rumah BUMN dalam proses pembinaan UMKM ini?

N : Ya kalau dari tim internal sendiri kita punya fasilitator. Dimana mereka itu harus melakukan perencanaan kegiatan khususnya kegiatan pelatihan yang memang dibutuhkan sama UMKM untuk mereka naik kelas tadi. UMKM kan kalau di Rumah BUMN mengklasifikasikan menjadi Go Modern, Go Digital dan Go Online. Ketiga hal itu yang menjadikan guideline kita menjadi petunjuk kita melakukan kegiatan-kegiatan di Rumah BUMN ini. Misalkan UMKM ini baru memulai bisnisnya yang menjualnya yang masih tradisional atau ke toko artinya kan apa yang dia masih UMKM mikro yang belum melakukan pemasaran secara online. Ya kita lihat dari proses bisnisnya kita benahi dulu, dari manajemen SDM, proses bisnisnya. Yang pertama tama dari sisi proses bisnisnya apa namanya memang sudah baik atau belum ya apa produknya itu seperti apa mereknya itu seperti apa produk yang dijual seperti apa kekurangannya dimana misalkan. Dari sisi packaging kita harus edukasi mengenai pentingnya packaing prodak mereka, sdm nya seperti apa apa melakukan usaha sendiri atau dibantu beberapa tim. Kalau melakukan sendiri rencana bisnisnya gimana, apa semuanya bisa dihandle dia sendiri atau memang butuh tim. Dari sisi managemen keuangan apakah sudah melakukan mangemen keuangan dengan baik catatan-catatan keuangan dilakukan atau tidak. Kalau misalkan dia secara bisnis dia sudah baik, kompetensi bisnis sudah baik artinya dia sudah masuk lulus di Go Modern. Setelah lulus Go Modern kita dorong ke Go Digital dimana dia memanfaatkan platform-platform yang ada.

Seperti WhatsApp, yang mungkin kemarin Whatsapp-nya belum di-upgrade WhatsApp bisnis masih WhatsApp personal atau whatsapp-nya masih apa masih menggabungkan WhatsApp personalisa sama WhatsApp bisnis itu sehingga kadang masih ngeshare hal-hal yang sifatnya pribadi dibandingkan usaha.

Kita edukasi mau orangnya suka ya suka mengupload-ngupload hal pribadi ya baiknya dipisahin. WhatsApp usahanya sama WhatsApp pribadinya. WhatsApp usahanya dijadikan WhatsApp bisnis, gimana dia itu bisa menyusun atau membuat katalog prodak, atau membuat fitur balasan otomatis ya setiap message yang masuk. Atau membuat template balasan yang sudah disediakan oleh WhatsApp bisnis itu tadi. Selain WhatsApp bisnis platform media sosial apa yang cocok buat dia apakah Facebook atau Instagram tiktok atau semuanya dia perlu untuk bisnis.

Kita akan edukasi melihat bisnis dia itu seperti apa itu ya kalau misalkan dia sudah lulus di Go Digital. Sudah apa bisa mengoptimalkan platform digital, sudah membuat platform digital artinya dia sudah lulus ya.

Kita dorong lagi ke Go online. Go Online itu seperti apa sih? ya dia mengoptimalkan platform digital yang dia punya. Memanfaatkan fitur instagram ads, Facebook ads, Google ads dan lain sebagainya. Selain sari tiga hal itu yang sebenarnya kita dorong juga untuk mereka Go Global ya dengan mereka sudah siap dari sistem manajemen usahanya dari sisi pemasaran warnanya. Artinya keluar dia untuk Go Global itu ya semakin

besar ya. Tinggal bagaimana mereka mempersiapkan bisnis mereka agar siap Go Global baik itu dari sisi perijinannya dan lain lain.

P : Pada setiap tahap pembinaan apakah ada fasilitatornya?

N : Untuk fasilitatornya itu kita ngambil dari sumber eksternal, jadi narasumber dari eksternal yaitu kita minta untuk menjadi fasilitator pada kegiatan pelatihan ya mereka expert dibidangnya masing-masing. Misalnya manajemen keuangan ya artinya fasilitator yang kita undang itu expert di bidang keuangan. Digital marketing yang artinya narasumber yang kita undang expert di Digital marketing. Kalau kegiatan pelatihan melalui grup WhatsApp bisa menyampaikan kebingungan mereka pada materi yang sudah disampaikan.

P : Apakah ada kendala dalam setiap tahapan pembinaan UMKM ini?

N : Kendala secara general sih kemauan UMKM untuk mengimplementasikan setiap ilmu atau kompetensi yang diajarkan, yaitu menjadi PR besar sih. Kadang dia aktif mengikuti kegiatan ya Cuma secara implementasi kompetensinya itu tidak dilakukan sama dia. Sebagai contoh simpelnya kita kan banyak sekali kegiatan pelatihan yang kaitannya dengan Digital marketing. Tapi kenyataannya mereka-mereka ini kan tidak mengimplemantasikan itu. Banyak dari sisi internal mereka, salah satunya ya melakukan usahanya sendiri lalu dia tidak punya tim atau sebats tim produksi. Mereka tidak punya waktu untuk menerapkannya itu, jadi harapan yang ingin dicapai kurang lebihnya tidak tercapai gitu.

P : Bagaimana melihat UMKM mengalami kenaikan kompetensi?

N : Di Rumah BUMN sendiri memiliki self assessment untuk survei yang diisi secara mandiri oleh UMKM, tentang indikator-indikator yang menjadi pertanyaan. Sebagai contoh omset mereka berapa, trus penerapan pola kepemimpinan yang mereka lakukan seperti apa, terus rentang kendali timnya seberapa besar. Sehingga survei-survei itu nanti hasilnya sebuah skor yang mengklasifikasikan mereka ke dalam kelas usaha. Apakah mereka masih masuk kelompok tradisional, tradisional berkembang atau sudah berkembang, atau sudah pada tahap modern. Ada 9 hasil skor lah yang nanti mereka dapatkan dari setiap mereka melakukan survei tadi dan baiknya survei itu dilakukan setiap 3 bulan sekali untuk melihat perkembangan bisnis mereka.

P : Bagaimana jika ada UMKM yang tidak bisa naik kelas?

N : Ya sebenarnya kan gini kita punya mitra anggota kan banyak, artinya dengan resource kita yang ada tidak semuanya bisa secara optimal kita lakukan. Secara nature, secara alami ya pasti akan terseleksi sendiri UMKM yang sebenarnya tidak bisa berkembang stuck di situ-situ aja. Artinya tidak mampu mengikuti program atau materi yang kita lakukan. Seperti contoh misalkan kita buat pelatihan tentang packaging, tapi dia tidak mengimplikasikan atau merubah packaging produknya. Misalkan kita ada program kurasi produk untuk pameran, artinya dia tidak bisa mencapai tahap itu.

P : Bagaimana platform digital membantu proses pembinaan *e-commerce* UMKM?

- N : Yaa jadi yang pertama dengan mereka punya platform itu sendiri mereka sudah punya media untuk mengimplementasikan pelatihan yang mereka lakukan. Misalkan mereka mendapat pelatihan tentang *e-commerce* tapi mereka tidak membuat akun *e-commerce* artinya media itu tidak bisa mereka explorer. Terus yang kedua platform *e-commerce* ini sebenarnya di setiap platform *e-commerce* baik itu Shopee, Bukalapak, Tokopedia dll ada namanya pusat edukasinya. Dimana mereka bisa belajar secara mandiri. Misalkan mereka punya keilmuan yang cukup dan ingin melanjutkan ke tahap yang lebih expert dengan belajar di platform itu ya sebenarnya ya cukup Oke. Tujuannya untuk meningkatkan omset mereka di penjualan online nya.
- P : Bagaimana fungsi platform digital pada setiap tahap pembinaan UMKM?
- N : Itu bisa menjadi indikator dia terhadap peningkatan omset mereka, misalkan mereka bisa menerapkan atau bisa melakukan penjualan secara online. Artinya secara produk bisa dinilai layak, itu bisa menjadi indikator kita untuk ke tahap lanjut ke Go Global. Artinya kalau misalnya secara penjualan mereka meningkat, yaitu bisa menjadi indikator dalam proses pembinaan, selanjutnya harus seperti apa mereka. Platform digital punya peran bagi UMKM untuk naik kelas.
- P : Bagaimana dengan UMKM yang sudah berada di tahap GO Online?
- N : Artinya kalau mereka sudah melalui tahap pembinaan itu tinggal dia artinya dia sudah siap di kelas selanjutnya atau program selanjutnya. Semisal di Rumah BUMN BRI punya BRILianpreneur sebagai ajang expo dan business matching antara pelaku UMKM dengan calon buyer baik dalam negeri maupun luar negeri. Kalau misalnya, secara kelas mereka lulus di ketiga tahap itu artinya sudah layak dipertemukan dengan calon buyer yang potensi jaringannya luas dan pembelian dalam jumlah besar.

TRANSKIP WAWANCARA INTERNAL RB JOGJA

A. Jadwal Wawancara

Tempat : Rumah BUMN BRI D.I.Yogyakarta (BRI X Covee)

Tanggal : 22 Juni 2022

Waktu : 15.59 – 17.15

Durasi : 54.52

B. Identitas Informan

Nama : Deana Yanurinsyah

Jenis kelamin : Perempuan

TTL : Pekalongan, 25 September 1985

Pendidikan terakhir : S1

Pekerjaan : Pegawai BUMN

P : Mungkin bisa memperkenalkan diri, alasan memilih pekerjaan dan rutinitas saat ini.

N : Terima kasih ya Ayuk. Oke perkenalkan nama saya Deana, saya di Rumah BUMN Yogyakarta bertugas sebagai CEO muda Rumah BUMN D.I.Yogyakarta. Ini adalah penugasan dari Kementerian BUMN dan saya sendiri status kepegawaiannya itu sebagai pekerja BRI. Jadi, saya adalah pekerja BRI yang ditugaskan oleh Kementerian BUMN di Rumah BUMN D.I.Yogyakarta. Kemudian ditempatkan disini sejak April 2021 hingga saat ini.

P : Bagaimana platform digital digunakan sebagai wadah inkubasi UMKM oleh Rumah BUMN?

N : Oke, Platform digital ya. Kalau platform digital itu memang salah satu peranan Rumah BUMN Jogja ini memberdayakan UMKM dari yang tradisional menjadi Go Modern, Go Online, Go Digital sampai Go Global. Platform digital ini sudah masuk ke 2 tingkatan setelah tradisional. Jadi kan tadi setelah tradisional kan ada Go Modern, Go Online, Go Digital setelah itu baru ke Go Global. Artinya bahwa UMKM yang sudah masuk di platform digital dan aktif bertransaksi didalamnya itu UMKM yang memang sudah naik kelas dan maju. Bukan lagi UMKM tradisional yang mengandalkan toko offline nya saja, tapi sudah masuk listing di platform digital tapi juga aktif bertransaksi didalamnya. Nahh, tidak semua UMKM anggota Rumah BUMN Jogja itu sudah ada dalam tahapan Go Digital ataupun sudah memanfaatkan platform digital. Tidak semuanya dan masih sedikit sekali yang mereka sudah masuk ke platform digital.

Namun, disini kami memberikan program pemberdayaan itu dari beberapa sisi, yang pertama dari produk milik BUMN itu sendiri itu ada PaDi UMKM. Nah, PaDi UMKM itu sendiri adalah platform digital milik BUMN yang didalamnya ada listing beberapa UMKM. Tujuannya adalah untuk BUMN bisa berbelanja di sana, jadi vendor-vendor nya itu lebih banyak di seluruh Indonesia ada. Tinggal pilih aja gitu aja yang

sudah masuk di PaDi UMKM. Sampai saat ini juga masih belum semua UMKM kita terdaftar di PaDi UMKM. Saat ini masih banyak masih kita masih sering sekali mengadakan kegiatan untuk akuisisi. Akuisisi platform supaya UMKM masuk ke dalam PaDi UMKM dan yang pasti yang paling penting adalah bertransaksi di sana. Kalau daftar aja sih udah banyak ya, karena setiap kelas kita minimal 30 orang itu udah pasti mereka diarahkan untuk mendaftar di PaDi UMKM. Namun dari 30 orang itu PR-nya adalah beberapa di antara mereka yang sudah aktif bertransaksi menggunakan PaDi itu. Jadi antara BUM dan si UMKM itu sudah bersinergi di dalam PaDi UMKM hal itu masih menjadi PR bersama. Kemudian selain PaDi UMKM yang dimiliki BUMN itu, kami juga melakukan pendampingan supaya UMKM ini masuk di *e-commerce* non-BUMN ya. Seperti shopee Tokopedia kemudian apalagi ya satu lagi bukalapak bukalapak juga ada.

Oke jadi memang kami dimulai dari memperkenalkan diri manfaat dari platform digital atau si UMKM ini masuk ke *e-commerce* situ apa itu. Memperkenalkan kepada mereka bagaimana cara membuka akun, kemudian lebih jauh lagi bertransaksi lebih jauh lagi mereka memanfaatkan fitur-fitur yang ada di dalamnya. Misalnya, gratis ongkir ataupun biasanya kalau di Shopee ada Shopee live shopping itu. Na, itu juga pasti jarang sekali dengan makan ya karena memang di UMKM kami itu mayoritas masih segmen mikro. Yang mereka juga ibarat kata one man show gitu. Jadi antara pemilik nya terus yang belanja yang produksi yang jualan yang marketing itu masih satu orang aja. Apalagi nanti tambah mereka harus memiliki administrasi yang menjalankan *e-commerce* gitu. Jadi ya memang saat ini diakui masih dalam tahap untuk mendaftarkan dulu yang memiliki akun dulu di platform-platform digital tersebut mereka mengenal apa aja manfaatnya gimana cara membuka akunya. Nanti baru kita mengadakan pelatihan lanjutan untuk lebih expert lagi di dalam memanfaatkan *e-commerce* tersebut.

- P : yang tadi sendiri itu dalam proses pembentukannya menjalankan aplikasi ini melibatkan yang dilibatkan
- N : Oke kalau PaDi UMKM ini dia produk dari PT Telkom. Karena Rumah BUMN ini adalah tujuan sinergi BUMN jadi kami bersinergi dengan PT Telkom untuk bersama-sama, kalau BRI ini wadahnya UMKM ya karena Bank terbesar dan juga segmen nya mikro jadi pas banget kita bersinergi antara BRI kemudian nasabah BRI yang menjadi anggota rumah BUMN nah itu kita kita daftarkan mereka untuk bisa masuk di PaDi UMKM. Disitu kita bersinergi dengan tim dari PaDi itu sendiri di bawah PT Telkom.
- P : Mengapa Rumah BUMN memilih platform digital untuk mendukung UMKM?
- N : Kenapa kita harus memanfaatkan platform e-commerce, ya untuk perluasan pasar ya yang pasti. Kemudahan bertransaksi kemudian peningkatan omzet itu salah satu hal yang paling mudah dicapai dan cepat bisa 24jam transaksinya tanpa harus ada admin gitu kan, ya mungkin pengirimannya nunggu diproses admin tapi transaksi bisa saat itu juga kan. Misal kita nih malam-malam pengen belanja ya udah

tinggal bukak *e-commerce* kan, pengalaman pribadi kan. *E-commerce* itu salah satu platform terbaik saat ini bisa dimanfaatkan oleh UMKM untuk perluasan pasar mereka. Jadi tidak hanya tidak hanya berjualan secara offline saja dari mulut ke mulut kemudian dari bazar ke bazar bahkan dari WhatsApp. WhatsApp kan terbatas untuk yang punya akun, kalau *e-commerce* udah sekali lihat misalnya dari Instagram udah tinggal di klik *e-commerce*nya uda langsung bisa transaksi gitu. Itu sangat mempermudah transaksi dan efisiensi waktu.

- P : Bagaimana transaksi dalam aplikasi PaDi UMKM itu sendiri?
- N : Kalau transaksi di PaDi memang karena platform milik PT Telkom yang mana PT Telkom itu perusahaan telekomunikasi. Jadi artinya dia dia tidak membatasi apakah harus bertransaksi di bank-bank tertentu, jadi semua bank bisa masuk. tertentu gitu kan jadi semua banget sama si kecil tapi tadi itu
- P : Strategi apa yang digunakan Rumah BUMN untuk membantu pemasaran produk UMKM dan melihat pola tren konsumsi pasar saat ini?
- N : Iya oke, pola ketertarikan ya. Artinya kita harus riset pasar ya untuk mengetahui. Mengetahuinya. Kita enggak bisa ngomong misalnya saya lebih suka di shopee lalu terus kita menyimpulkan Shopee lebih bagus. Lalu, harus ada riset pasar dulu memang dan dengan banyak-banyak mencari informasi tentang berapa sih jumlah transaksi bulannya. Data itu sudah bisa diakses secara online kan. Misalnya transaksi sekarang yang transaksi bulanan terbesar itu di mana Apakah di shopee Apakah di Tokopedia atau bukan Bukalapak. Kemudian dari mulai volume transaksi, jumlah transaksi bisa diakses kita bisa lihat dari situ nah mana yang paling banyak dan dominan volume transaksinya artinya itu yang sekarang lagi rame digunakan oleh masyarakat.
- P : Siapa saja yang bisa mengakses PaDi UMKM?
- N : Untuk kurasi tidak ada karena memang saat ini programnya adalah sebanyak banyak mungkin menjangkau UMKM ini untuk masuk PaDi, untuk UMKM Go Digital. Untuk kurasi aku rasa itu bisa secara otomatis ya, kita tidak perlu membatasi UMKM mana dengan kualitas apa untuk masuk platform, tapi akan terjadi proses seleksi alam dengan sendirinya. Apabila kualitas dan kuantitas belum bisa memenuhi kebutuhan dari buyer/customer itu akan pasti akan kurasi dengan sendiri. Jadi PaDi itu terbuka untuk masyarakat umum yang memiliki usaha bisa mengakses seperti platform *e-commerce* Shopee, Tokopedia. Cuma memang kalau di PaDi itu entrypoint nya itu lewat BUMN ya. Jadi, misal kalau shopee bisa diakses siapapun memang. Kalau PaDi entrynya masih di level BUMN contoh misal nasabah BRI. BRI kerjasama dengan Telkom (PaDi) nah nanti baru si UMKM bisa masuk. Nanti akan ada pelatihan dan pendampingan yang bisa diikuti oleh kalangan umum. Kalau akuisisi PaDi itu secara ritel atau mandiri ke UMKM itu kemungkinan itu masih jarang ya.
- P : Manfaat UMKM memiliki dan mengakses PaDi?
- N : Manfaatnya yang diharapkan ya, PaDi ini tujuannya untuk belanjanya BUMN nah artinya kalau BUMN udah belanja disitu, udah royal pastikan loyal, repeat order dan kalau BUMN yang belanja

jumlahnya/kuantitasnya juga besar gitu. Jadi gitu manfaatnya buat si UMKM dan dia juga ga perlu secara ritel BUMN belanja karena kuantitasnya pasti besar.

P : Manfaat yang di peroleh Rumah BUMN sendiri dengan mengarahkan UMKM menggunakan platform PaDi?

N : Manfaat ke Rumah BUMN, karena kami diminta untuk bersinergi antar BUMN menjadi media sinergi antar BUMN. Manfaat bagi kami ya salah satu tujuan kita untuk bersinergi dengan BUMN tercapai dengan menjadi mediator antara UMKM dengan PaDi supaya mereka bisa saling memanfaatkan platform tersebut. Kemudian yang kedua kita memberi jalan sebagai media antara UMKM dan BUMN (PaDi) relasinya besar ya kita turut bangga dengan pencapaian itu. Itu sebagai manfaat yang luar biasa yang kita berikan. Banyak jalan sebenarnya nggak cuman PaDi ajakan untuk masuk ke *e-commerce* itu. Nanti tinggal kita kasih jalan aja lah semuanya ke UMKM, ini lo ada PaDi, shopee, ada Tokopedia. Bukalapak kalau bisa listing semuanya gitu kalo kalo emang punya sumber daya yang memadai gitu. Tapi pasti ada 1 atau 2 *e-commerce* yang cocok di hati mereka dari sisi pelayanan terus kemudahan user inter face lalu transaksi nanti kita serahkan ke UMKMnya. Kita tinggal membuka jalan

P : Pemanfaatan media sosial?

N : Penyampaian informasi dari yang paling sederhana ya kita punya 4 grup WA. 4 grup WA itu aktif berkomunikasi tiap hari, jadi setiap ada kegiatan baik itu pelatihan atau bazar atau workshop Go Online, Go Digital Go Global apapun itu kita sampaikan disana dan terbuka terbuka. Siapa yang mau daftar silakan daftar nanti baru kita sesuaikan dengan kuotanya yang berapa, terus kesungguhannya bagaimana, komitmennya bagaimana itu yang pertama yang lewat WhatsApp. Yang kedua kita ada platform linkumkm nah di linkumkm di situ juga tertara kegiatan-kegiatan rutin kami ada pelatihan bulanan. Nah itu UMKM juga bisa akses linkumkm secara mandiri secara bebas. Mereka tinggal punya akun inget passwordnya udah bisa akses disitu mereka tinggal pilih pelatihan mana yang cocok lalu bisa daftar. Ada satu lagi ya mungkin Instagram itu juga di sana Kami update tapi memang yang paling pertama kita update di grup WA itu terkadang di grup WA udah penuh gitu misalnya ya kelasnya sudah mencapai kuota pada waktu lalu kita baru posting di Instagram itu kebanyakan sih mereka suka nggak kebagian yang dari Instagram. Justru dari situlah makanya biar kebagian ya gabung jadi anggota Rumah BUMN Jogja dulu gitu.

Oh iya ada YouTube juga. Kalau YouTube itu informasinya sesudah acara ya kalau yang saya sebutkan tadi sebelum acara. Jadi YouTube itu rekaman kegiatan setelah acara berlangsung ada juga yang live streaming. Live streaming pas kegiatan dengan catatan sarana dan prasarananya memadai gitu.

P : Untuk grup WhatsAppnya sendiri dibagi menjadi 4 grup ini apa didasarkan kelas UMKM?

N : Iya itu masih menjadi PR kita selanjutnya untuk 4 Grup WhatsApp memang turun-temurun sejak dari awal Rumah BUMN Jogja berdiri.

Artinya memang belum ada pengelompokan terkait misalnya by category misalnya mungkin fashion sendiri, craft sendiri atau kuliner sendiri belum ada kami. Trus pengelompokan dari omset, segmen mikro, kecil itu juga belum ada jadi masih universal aja. Kalau yang GWA 1 itu artinya yang anggota lama trus yang di GWA 4 artinya anggota baru.

- P : Kenapa Rumah BUMN melakukan kegiatan pembinaan UMKM?
- N : Salah satu tugas pemerintah. BUMN ini dibentuk pemerintah Republik Indonesia kemudian mayoritas pemegang sahamnya juga negara. Artinya, negara melalui BUMN melalui Rumah BUMN memberdayakan UMKM. Karena UMKM ini penyumbang PDB besar bagi Indonesia dan juga dia tahun 2021 akhir tahun kemarin UMKM ini menyumbang 61% PDB Indonesia. Lalu menyerap tenaga kerja 97% jadi kita harus ikut serta untuk mendukung UMKM tersebut supaya mereka survive, bisa naik kelas, kalau UMKM bangkit pasti negara akan ikut bangkit. Terutama bicara BRI kalau BRI memang dia Bank terbesar, kemudian nasabah mayoritasnya UMKM ya udah kewajiban harus memberdayakan UMKM.
- P : Siapa saja yang dilibatkan dalam kegiatan pembinaan UMKM?
- N : Yang dilibatkan pertama kali itu yang pasti internal BRI ya, jadi kami punya banyak produk-produk yang bisa membantu kemudahan dari sisi keuangan untuk si UMKM ini, contoh misalnya dengan memasarkan Qris. Qris itu juga program pemerintah, Bank Indonesia untuk chasless disitu kami aktif sekali untuk mengakuisisi UMKM kita supaya mereka mempermudah transaksi dan mereka mempunyai barkotnya Qris untuk bertetansaksi. BRI mempunyai prodak yang dibutuhkan UMKM untuk berteransaksi. Lalu yang kedua tentunya dengan sesama BUMN yang bisa memberikan manfaat bagi UMKM, contohnya tadi PaDi. Lalu yang ketiga stakeholders lainnya, kita bekerjasama dengan dinas-dinas setempat, dinas koperasi, dinas penanaman modal untuk NIB, pendaftaran NIB. Lalu kemudian Kementerian Hukum dan HAM untuk HaKI. Itu salah satu topik edukasi kepada UMKM supaya mereka lebih tau, lebih terarah menjalankan bisnisnya. Lalu ada lagi kita bersinergi dengan siapa aja dengan praktisi, praktisi bisnis, praktisi SDM. Yang sering kita undang itu, dengan pembicara-pembicara itu kita membuat kelas buat si UMKM untuk meningkatkan bisnisnya.
- P : Sasaran utama pembinaan yang dilakukan oleh Rumah BUMN?
- N : Sasaran utamanya, yang pasti anggota kita. Semua yang sudah menjadi anggota kita pasti udah dapat akses premium kegiatan kita. Itu sasaran utama kegiatan kita terlebih dahulu bisa bermacam macam bisa nasabah BRI Eksisting, lalu UMKM sekitar yang belum menjadi nasabah BRI atau UMKM binaan BUMN lain yang tidak punya Rumah BUMN kemudian UMKM yang memang belum dibina sama sekali oleh Rumah BUMN atau dinas. Kesimpulannya untuk umum tapi yang utama adalah anggota kita terlebih dahulu.
- P : Kenapa pembinaan UMKM yang dilakukan Rumah BUMN dibagi menjadi beberapa tahapan?

- N : Karena tahapan untuk UMKM bisa dari tradisional, Go Modern, Go Online, Go Digital dan Go Global memang ada tahapannya seperti itu. Dirumuskan seperti itu, karena kita sebagai UMKM tidak bisa dari yang tradisional langsung ke Go Global artinya belum melewati yang sebelumnya, mungkin ada tapi sangat jarang sekali.
Kenapa tahapannya seperti itu?
Itu yang paling mudah, memudahkan UMKM bisa menjalani tahapan itu satu persatu jadi naik setingkat setingkat setingkat gitu. Jadi ga yang *ujug ujug* dari yang tradisional trus jadi Go Global nanti dia pusing nanti. Jadi memang ada kurikulumnya sih dari yang tradisional dulu jadi modern.
Modern itu seperti apa?
Memisahkan rekening pribadi dengan rekening usaha, atau dia punya pencatatan bisnis itu udah masuk Go Modern.
Dari Go Modern udah rapi pencatatannya naik mana lagi?
Masuk ke Go Online dulu, Go Online punya apa?
Punya akun Facebook lah yang orang-orang yang paling simpel. Punya Facebook, punya e-mail, punya WA Bisnis bisnis habis itu naik lagi apa punya resources. Masuk ke *e-commerce* Go digital masuk ke Instagram ads, Facebook ads udah itu udah kalau terlampaui udah dilakukan ya udah PR nya Go Global.
- P : Kegiatan dalam setiap tahapan Go Moderen, Go Digital Go Online apakah sama?
- N : Kalau pembinaan sih planya sama ya.
Jadi kita adakan kelas kemudian nanti kita hadirkan pembicara atau kami sendiri yang mendampingi mereka seperti itu polanya. Atau yang terbaru nih juga ada kegiatan bootcamp jadi khusus temanya terakait digital marketing itu juga bisa. Kalau materinya udah pasti beda ya tapi pola pembinaannya sama gitu.
- P : Usaha yang dilakukan Rumah BUMN untuk meningkatkan kompetensi UMKM itu seperti apa?
- N : Meningkatkan kompetensi tentunya ga bisa kompetensi itu satu dua kali pertemuan itu langsung meningkat. Karena kompetensi itu terkait skill, terkait repeatasi pengulangan gimana kita bisa menguasai skill baru. Itu kan pasti ga bisa *ujug ujug* sekali belajar trus besok udah langsung bisa. Ya memang itu harus dari daam hati UMKM itu sendiri, dia seberapa serius sih untuk menguasai skill itu sendiri. Nah, tugasnya Rumah BUMN ya kami menyediakan kelas-kelas pelatihan atau workshop yang mereka butuhkan. Nanti kelas kita sangat fleksible si, apapun yang mereka butuhkan bisaenuhi. Kalau bagaimana caranya untuk meningkatkan kompetensi? Ya dengan kita mengadakan kelas-kelas pelatihan itu, menghadirkan pembicara yang memang berkompeten di bidangnya juga dan bisa menyalurkan ilmunya kepada peserta juga. Jadi saling bertukar informasi dan bertukar ilmu gitu. Masalah kompetensi naik atau tidak nanti kita kembalikan ke si UMKM nya seberapa niat dia mau mengulang-ulang skill yang telah didapat di kelas-kelas kami begitu.

P : Kenapa penting memberikan pembinaan pada proses bisnis dan pemasaran digital pada UMKM?

N : Bisnis itu kan bagi orang yang belum pernah terjun di bisnis itu bisa secara otodidak gitu ya dipelajari, yang penting nyemplung dulu lah. Tapi ternyata pas masuk didalamnya, ternyata banyak sekali hal-hal yang harus dipelajari. Mulai dari administrasi lah ya yang paling sederhana pencatatan, keuangan, menghitung HPP, kemudian belum lagi SDM, belum marketing, banyak banget kan?

Disitu kita penting banget, mereka bisa tau proses bisnis itu seperti apa. Jadi tidak menjalankan bisnis secara tradisional udah yang penting jalan mau hari ini dapatnya berapa, mau omsetnya turun atau nggak bulan depan, mau pembelian ada atau nggak, nggak kaya gitu kan. Kami pengennya UMKM menjalankan usahanya yang merupakan salah satu kadang ada yang sumber penghidupannya Cuma itu kalau entrepreneur. Ya sebisa mungkin mereka menjalankan sesuatu yang menjadi sumber penghidupan itu dengan serius, terarah nah itu pentingnya kita mendampingi mereka dari sisi bisnis. Terus yang kedua *e-commerce* setelah mereka memahami proses bisnisnya seperti apa baru mereka bisa masuk kedalam *e-commerce* yang masuk ke tahapan pemasaran. Karena kalau prosuk sudah ada, merasa harga oke sudah dihitung, dirumuskan dan sudah jadi harganya, tim sudah lengkap semua. Kalau ga ada yang beli? Ga masuk pendapatan juga kan? Terus buat apa menjalankan bisnis?

Nah, disitu pentingnya. Itu penting banget semua sisi, tidak sesederhana dibagi menjadi dua proses bisnis dan *e-commerce* itu udah mencakup segala hal yang perlu dipelajari dalam menjalankan bisnis.

P : Bagaimana cara mengetahui UMKM anggota Rumah BUMN naik kelas?

N : Kami salah satunya mungkin yang barusan kita laksanakan ya. Kita itu kemarin diberi kesempatan kerjasama dengan salah satu KBRI (Kedutaan Besar Republik Indonesia) di Mexico City. Lalu kerjasama juga dengan ITPC Mexico City, disana kita sebelum mengirim produk-produk UMKM kesana itu ada beberapa kali pertemuan bukan hanya nunjuk-nunjuk yang cocok tapi ada risetnya juga. Jadi, waktu itu kita ngumpulin UMKM banyak banget 60 UMKM di seluruh Indonesia. Dari situ dipilih lagi sama tim KBRI disana kira-kira produk yang bisa masuk ke pasar Mexico City itu seperti apa. Akhirnya dari 60 UMKM di seluruh Indonesia terpilihlah hanya 23 UMKM saja. Nah dari situ kita bisa menyimpulkan dari sisi kemasan, rasa, jenis produknya, kualitas, bahan-bahan, ingrediant itu bisa masuk ke pasar Mexico City yang notabene negara yang jauh disana. Jauh banget, naik pesawat aja bisa seharian, tapi ternyata UMKM kita produknya bisa masuk sana. Berarti bisa naik kelas, walaupun selera tiap-tiap negara berbeda beda. Bukan berarti yang ga lolos kurasi itu ga naik kelas. Tapi paling tidak bagi UMKM yang sebelumnya belum pernah ekspor ke Mexico kemudian terpilih itu kan mereka naik kelas. Sebagai salah satu portofolio mereka, wah aku udah pernah nih. Misalkan saya produksi kripik pisang gitu sejauh ini dijual diamn aja, di Indonesia aja gitu. Abis itu dia berhasil terpilih

kurasi ke Mexico City. Trus dia ada cerita “oh iya saya abis kurasi lolos ke Mexico city”. Nah itu kan salah satu portofolio yang luar biasa, itu salah satu indikator UMKM kita sudah naik kelas. Karena dari 60 dipilih Cuma 24 dan dari D.I.Y yang dipilih 6 UMKM. Berarti luar biasa sekali si 6 orang ini, dia punya portofolio baru dan kami turut bangga karena mereka anggota Rumah BUMN Jogja. Itupun ga sekali aja dipajang dalam expo kegiatan itu tapi ada keberlanjutannya, jadi bisa importir dari Mexico lokal sana berdesia untuk mengimport produk-produk dari Indonesia secara berkala.

P : Bagaimana melihat UMKM naik kelas (indikator)

N : Mungkin mulai yang dari tradisional menjadi Go Modern. Artinya perlu ada intervensi ke proses bisnis mereka. Intervensi bagaimana mereka menjalankan bisnisnya apakah yang tadinya misal yang dulunya pencatatan bisnisnya masih berantakan masih belum ada pencatatan, bulan ini dapat omset berapa belum tau sekarang sudah jadi tau. Artinya kita perlu masuk ke usaha mereka lebih lanjut memang dan kebanyakan UMKM kita kalau kita masuk terlalu dalam mereka privasi ya. Tapi indikatornya adalah mereka sekarang lebih aktif, kemudian aktif dalam artian mengikuti kegiatan pelatihan, trus didalam kegiatan untuk pendaftaran NIB yang sebelumnya belum punya NIB sekarang punya NIB nah itu dari tradisional menjadi Go Modern. Punya perijinan yang sederhana itu sebetulnya bukan NIB tapi surat keterangan usaha dari kelurahan, trus surat keterangan IUMK usaha juga sama tapi dari kecamatan, lalu masuk lagi di NIB. Nah itu sebenarnya juga udah masuk dari tradisional menjadi modern dengan mereka punya NIB. Lalu naik lagi misal mereka udah punya tabungan itu nggak Cuma satu atas nama mereka aja tapi ada beberapa tabungan, artinya mereka sudah memisahkan rekening usaha dengan rekening pribadi.

Trus mereka udah punya NPWP, jarang juga lo UMKM yang punya NPWP. Mereka udah aware sama perpajakan, artinya mereka sudah siap untuk naik yang artinya omsetnya lebih besar lagi, pasarnya lebih besar lagi. Nah itu salah satu indikator mereka udah naik kelas punya NPWP. Trus punya HaKI (Hak Kekayaan Intelektual) si mereknya brandnya sudah didaftarkan di Kementerian Hukum dan HAM jadi orang lain ga bisa nyamain nama brandnya . nah itu salah satu indikator mereka naik kelas dari tradisional menjadi modern itu sih indikatornya.

Kemudian dari modern naik ke online. Berarti mereka tadinya, kami sering mendata misalnya kami sering mengadakan kurasi. Kurasi entah itu untuk bazar, atau untuk kegiatan pelatihan yang terbatas kuotanya biasanya kita ada file yang harus diisi itu akun instagram. Dari situ kita bisa lihat si ibu ini akun instagramnya masih belum aktif atau masih pakek nama pribadi itu berarti masih tradisional. Tapi kalau kita lihat instagramnya udah aktif, udah punya instagram shop masuk ke digital ya, udah punya instagram buat jualan lah. Trus feednya sudah rapi, fotonya udah bagus menjual berarti mereka udah masuk ke Go Online. Setelah itu kita kurasi selanjutnya, jadi salah satu cara untuk melihat indikator dari kurasi-kurasi kita. Kita bisa lihat dari sisi akun akun, terutama akun media sosial mereka seberapa mereka aktif, seperti

postingan terakhirnya kapan, isinya bagaimana, kontennya seperti apa, trafiknya seperti apa, followersnya berapa apakah seimbang dengan likenya, apakah sudah punya instagram shop belum, apa websitenya sudah bisa dijadikan transaksi apa belum, itu sebagai salah satu indikator mereka udah masuk ke Go Digital gitu.

P : Skoring apakah sebagai salah satu indikator untuk naik kelas juga?

N : Skoring juga sebagai salah satu indikator mereka naik kelas. Jadi di skoring itu kan ada 12 pertanyaan, itu pertanyaannya bukan yang tanpa dasar ya. Tapi memang dari 12 indikator bisnis dari LPEM FE UI, memang indikator kompetensi bisnis itu apa aja nah itu tertuang didalam pertanyaan-pertanyaan skoring UMKM. Nah hasil skoring dari UMKM ada diagram laba-laba itu kalau misalkan jaring laba-labanya semakin bentuknya bulet keluar itu artinya semua kompetensinya sudah terpenuhi, sudah mereka miliki secara optimal. Semakin jaring laba labanya mengecil ke tengga berarti itu masih minimal berarti belum naik kelas. Kan ada kategorinya tradisional berkembang dll nah bisa dilihat dari situ.

P : Bagaimana jika ada UMKM yang tidak bisa naik kelas?

N : Kalau misalnya ini kayaknya dari tahun lalu kayak gini gini aja ga ada perubahan. Nah, kami sih akan memberikan kesempatan mungkin barang kali beberapa orang dengan dipancing dulu kalau ikan itu dipancing dikasih umpan dulu baru mau lari bergerak gitu ya. Salah satunya kita kasih kesempatan mereka untuk misalnya biar semangat kita ajak bazar misalnya. Yang paling simple mungkin kita lihat logonya dari dulu ga ganti ganti deh, kayaknya logonya kurang menjual. Ya udah kita ajakin untuk ikut rebranding logo gitu, dari situ. Karena memang kita untuk mempublikasikan program kami kan terbuka, jadi tinggal post aja di WA trus mereka tinggal daftar. Tapi ada juga yang kita tau kesulitan mereka yang tidak bisa naik kelas itu apa, kadang ada yang masuk radar kami kita tawari privat chat untuk ikut kegiatan. Kadang mereka sibuk mereka kurang update sama informasi di WA, jadi kita yang proaktif.

P : Fungsi

N : Mungkin bisa dianalogikan begini ya, kalo kita belajar sesuatu berenang lah misalnya. Kalau kita ga nyebur ya kapan bisa berennagnya, dari analogi itu toolsnya kan si platform *e-commerce* itu. Pertama dari yang belum mengenal dengan punya akun aja. disitu si UMKM nya punya niat mau memperluas pasar, mau belajar bagaimana cara menaklukkan *e-commerce* kan pasti ada strateginya ada caranya. Pastinya mereka dengan sendirinya akan terperdayakan fitur-fitur di *e-commerce* yang bisa dibilang agak njlimet ya buat UMKM tertentu yang masih tradisional yang bukan milenials lagi. Sebetulnya semua bisa belajar, asalkan mau belajar gimana mempelajari *e-commercenya*, apa fitur-fiturnya yang menguntungkan. Tapi pasti melelahkan ya belajar apalagi bingung di *e-commerce* apa si istilah-istilahnya mungkin terkadang ada keterlambatan transaksi atau uangnya ga masuk-masuk gitu. Asal kita lihat dari sisi positif misal tapi kok ada UMKM ini yang berhasil

menjadi TOP seller shopee, penjualannya paling banyak. Padahal yang dijual biasa aja, kok bisa jadi TOP seller ini gimana caranya?

Nah itu sudah menjadi salah satu wujud platform *e-commerce* memberdayakan UMKM. Fitur-fitur yang ada didalamnya, pasti yang mengembangkan *e-commerce* pasti melalui riset gitu otomatis yang lulus menguasai *e-commerce* pasti terbina dengan sendirinya.

P : Peran e

N : Banget karena ya dari yang dulu jualannya kalo sekrang paling banter lewat WA, gangguin trus ada jam oprasionalnya lagi jam 17.00 udah selesai lagi. Dengan leawt *e-commerce* mereka penjualan bisa kapan aja malam-malam pun bisa, yang pasti omsetnya naik trus aktivitas bisnisnya naik ya pasti dia naik kelas juga gitu slah satunya. Trus *e-commerce* itu bisa ekspor juga kan, masuk ke Go Global contoh di Shopee itu di beberapa negara seperi Cina, Singapur, Malasya, Korea juga bisa. Itukan salah satu batu loncatan sebelum memulai ekspor sendiri yang mesti banyak lagi harus dipelajari dokumen-dokumennya, negosiasi kontrak dagangnya seperti apa ya udah lewat *e-commerce* itu dulu. Jadi memang ada tahapan-tahapannya dan *e-commerce* memiliki peran penting untuk UMKM ini bisa naik kelas.

P : Fungsi platform bisa naik kelas?

N : Yang pasti menjadi kompetensi digital itu, kalau dalam PDSM-an namanya digital saving. Jadi, seberapa dalam kita menguasai dunia digital. Semakin si UMKM ini menguasai *e-commerce* volume teransaksinya meningkat, jumlah teransaksinya meningkat trus jam aktifnya semakin pendek. Artinya dari situ fungsi *e-commerce* ini sangat berperan penting dalam meningkatkan kompetensi digital si UMKM ini. Karena di *e-commerce* bukan sesederhana kita punya akun lalu berjualan ga Cuma itu aja tapi banyak hal-hal yang perlu dikuasai. Jadi itu tadi dia bisa meningkatkan si UMKM menguasai fitur-fitur dan berhasil meningkatkan teransaksinya itu otomatis sudah termasuk kedalam tahap pembinaan UMKM supaya naik kelas

P : Perbedaan UMKM

N : Kadang gini juga seberapa kerasnya kita membimbing mereka supaya masuk *e-commerce* kalau dari hati mereka merasa belum penting, mereka merasa tidak mempunyai sumberdaya admin khusus gitu ya kalau harus punya admin khusus ya mau gimana kita maksanya kalau dari personalnya belum tergerak tapi akan lama sih. Jadi akan tersaring dengan sendirinya ya, kami mengadakan kelas-kelas pendampingan untuk mereka bisa masuk dan punya akun di *e-commerce* dari situ bisa lihat ke aktifan mereka selama dikelas. Kemudian kita evaluasi selama beberapa hari apakah sudah ada teransaksi atau belum, kenapa gitu. Nah disitu pasti ada perbedaan antara yang memang mereka sudah menguasai ataupun berminat menjalankan *e-commerce* tersebut atau belum. Apakah ada perbedaan pembinaannya? Tujuan kita, maunya mereka masuk ke platform digital *e-commerce* karena manfaatnya kembali ke mereka kan bukan ke kita Rumah BUMN kan, untuk mereka memperluas pasar. Nah mereka yang belum tergerak belum masuk ke Go digital ini bisa mengikuti yang sudah masuk ke katogori Go Digital

kita banyak-banyak sharing saksek story salah satunya di grup kita bisa di instragam kita. Atau yang memang beberapa kali yang sudah di info bahwa ada kelas untuk masuk ke paltform *e-commerce* tapi peminatnya masih itu-itu aja. terpaksa kita ke jalur yang seperti saya ceritakan kita undang, kita wajibkan harus ikut mau ga mau. Yang penting kena ekspos yang penting punya akun dan tau rasanya gimana itu akan lebih mudah bagi mereka untuk bertransaksi.



TRANSKIP WAWANCARA INTERNAL RB JOGJA

A. Jadwal Wawancara

Tempat : Alfa X Taman Siswa

Tanggal : 25 Juni 2022

Waktu : 15.53 – 16.58

Durasi : 57.08

B. Identitas Informan

Nama : S.Condro Rini

Jenis kelamin : Perempuan

TTL :

Pendidikan terakhir : S1

Pekerjaan : Staff Fasilitator Rumah BUMN

Ayu : Mungkin bisa diperkenalkan terlebih dahulu ?

Condro : Perkenalkan nama saya Suharsi Condro Rini atau biasa dipanggil Condro. Saya merupakan Staf Fasilitator di Rumah BUMN Yogyakarta

Ayu : Mengapa memilih pekerjaan saat ini?

Condro : Oke memilih pekerjaan saat ini, saya mulai bergabung itu tahun 2019 bekerja bersama UMKM itu merupakan tantangan baru buat saya karena saya lebih terbiasa dengan Banking ya jadi pekerjaan yang berhubungan dengan finansial keuangan perbankan. Disini saya mulai tertantang karena berhubungan langsung dengan UMKM yang rata-rata mereka itu masih kebanyakan tradisional kayak gimana mereka mempunyai karakter yang berbeda beda ada yang gampang di dikasih tau atau ada yang mungkin susah banget nah itu menjadi tantangan terbesar sih bagi saya. Kemudian ini hal yang sangat baru banget dari saya karena jadi banker itu udah ada strukturnya sendiri, ada panduannya seperti apa tapi kalau di pekerjaan ini itu semuanya baru dan apa yang terjadi di lapangan harus bisa kayak “gercep” gitu lho gitu jadi saya menikmati sih dalam pekerjaan ini

Ayu : Kalau rutinitas dalam pekerjaan itu seperti apa mbak ?

Condro : Rutinitas fasilitator kalau untuk posisi saya menjadi administrasi disitu saya mengerjakan karena posisi koordinator juga kosong jadi saya mengerjakan koordinator dan administrasi jadi *double job* itu kalau pekerjaannya antara lain administrator untuk pelatihan kemudian termasuk penambah dan pencapaian target rumah BUMN juga ya

Ayu : Kalau untuk pembentukan jaringan e-comers sendiri itu bagaimana mbak ?

Condro : Kalau untuk jaringan e-comers kita memiliki target pelatihan minimal 14 pelatihan dalam sebulan disitu kita punya level kelas di UMKM kita itu Go modern, Go online, Go digital sama Go Global nah di pelatihan yang dilakukan dalam 1 bulan itu diharapkan

UMKM itu bisa up grade ya nah kayak gitu disitu salah satunya di digitalnya itu e-comers ya nah disitu kita menggandeng dengan pihak lainnya contohnya disitu Shoppe, TokoPedia, Buka Lapak , Padi, nah kayak gitu itu bekerja sama dengan tim dari e-comers itu sendiri dengan mengadakan pelatihan di Rumah BUMN gitu

Ayu : Kalau aktivitas yang diberikan dalam *e-commerce* sendiri itu apa saja mbak yang diberikan Rumah BUMN?

Condro : Aktivitasnya yang diberikan itu yang paling basic dulu ya mbak. Jadi pengenalan tentang plat form e-comers itu kemudian nanti monitoring kemudian nanti sejauh mana mereka berhasil registrasi enggak, kemudian setelah registrasi telah aktivasi mereka ada kelas lanjutan juga seperti di Shopee mereka udah bisa kemudian mereka ada kelas lanjutan untuk penggunaan program diskon kemudian flas sale itu ada kelasnya kayak gitu. Jadi kita itu harapannya mereka yang suah ikut kelasnya tetap bisa termonitor jadi enggak berhenti di satu kelas aja tapi ada kelas lanjutannya

Ayu : Bisa naik kelas?

Condro : iya

Ayu : Terus kalau Plat form digital digunakan sebagai wadah inkubasi di UMKM ?

Condro : Jadi plat form digital ini kita dirumah BUMN itu yang sesuai dengan kelasannya mereka yang udah Go Modern menggunakan e-commerce itu sendiri lebih pemasaran dari si UMKMnya bisa lebih mengembang dari tradisional dor to dor atau cuma lokal aja ya tapi setelah bergabung di e-comers itu masalah mereka lebih luas lagi gitu jadi kita harapannya disitu

Ayu : Mengapa sih mbak kalau Rumah BUMN itu memilih plat form e-comers untuk mendukung rumah UMKM

Condro : seiring jalannya zaman dengan perubahan zaman apalagi dengan adanya pandemi kemarin itukan mau enggak mau UMKM dituntut unutup bisa meleak digital karena pandemic kemarin sempat lockdown, PPKM dan lain lain nah disitu rumah BUMN memaksa bukan memaksa ya atau ayo untuk menanamkan pentingnya digitalisasi salah satu nya pentingnya e-comers salah satunya untuk survive ya kayak gitu di era pandemic kemarin dan ternyata berguna sekal

Ayu : terus kalau manfaatnya yang dirasakan sendiri dari rumah BUMN setelah menggunakan platform digital itu apa mbak

Condro : Oke yang dirasakan ya mbak, yang jelas UMKM binaan rumah BUMN lebih up date kayak kemarin kemarin itu susah kayak awal awal itu nanti lah , kalau mau diajaran kayak gini nantilah belum mau, nah setelah pandemic kemarin ternyata belajar setelah mereka udah tau benefitnya e-comers itu jadi merka sudah terbiasa dan

nyaman nah itu buat kita merasa salah satu tugas mereka terpenuhi jadi ada kepuasan tersendiri.

Ayu : Kenapa sih mbak kalau di rumah BUMN itu membantu aplikasi yang namanya padi?

Condro : Oke Padi itu merupakan platform milik kementerian BUMN nah PADI itu jaringannya lebih ke instansi jadi UMKM itu harapannya mereka bisa produknya bisa dikenal di Instansi instansi di perusahaan BUMN juga kayak gitu

Ayu : Jadi pemasarannya itu lebih luas di instansi instansi BUMN itu ya ?

Condro : jadi di instansi gitu ya emang tandernya tander besar jadi semisal ada UMKM yang bisa membuat produk pouch batik katakanlah buat softener katakanlah di perusahaan BUMN ada tamu atau misal di Dinas pariwisata ya bituh softener nah itu bisa menggunakan Padi untuk membuka tender aku lagi butuh mercendais batik jumlahnua 10.000 nah nanti siapa yang bisa biasanya nanti di UMKM UMKM yang mampu itu bisa ikutan lelang jadi kayak gitu

Ayu : Berarti jangkauannya bisa lebih lebar ya

Condro : iya kayak gitu

Ayu : kalau yang dilibatkan dalam platform e-comers itu sendiri siapa aja mbak ?

Condro : oke siapa yang terlibat yang jelas pihak e-comers nya ya yang kita gandeng kayak TokoPedia, BukaLapak, Shopee atau Padi dan yang jelas sama UMKM itu dan sekarang kita sedang dimonitor langsung dengan kementerian BUMN

Ayu : itu tujuannya buat apa mbak ?

Condro : memang BUMN itu gencar banget ngadaain pelatihan Shoppe, Padi sama TokoPedia jadi biar mereka lebih melek kapan karena ini baru Februari di monitor oleh K BUMN

Ayu : Kalau interaksi yang ada di platform e-comers itu sendiri seperti apa?

Condro : contohnya seperti apa sih ?

Ayu : misal kayak rumah BUMN itu itu antara customer dan UMKM nya itu seperti apa

Condro : yang jelas kalau dengan konsumen ya pastinya kita punya e-comers nih kita punya tokojuga di beberapa e-comers yang mungkin tidak begitu aktif tapi yang lebih aktif malah di toko offline yang malah di toko offline. Tapi kalau yang di Instagram hanya seperti katalog ya tapi merka nanti arahina tetap ke toko offline

- Ayu : jadi sekarang dialihkan di tokoo offline ? dimaksimalkan ke UMKM nya sendiri
- Condro : Iya Betul
- Ayu : Kalau e-comers Shopee, Toko Pedia yang dipunyai oleh Rubi Store sendiri itu gimna sih mbak cara membuat mengedukasi cutomer untuk lebih tau ke produknya
- Condro : kalau itu bannyak yang belum tau di toko offline nya tapi kalau kita kebalik dari mereka yang berkunjung ke offline kayak tamu kemudian barangnya enggak ada harus PO dulu nah kita disitu bisa narahinnya bisa kalau kirim bisa lewat e-comers
- Ayu : kalau proses transaksinya di Rubi itu sendiri bagaimana mbak apa disalurkan langsung ke UMKM disalurkan ke rumah BUMN gitu?
- Condro : ini offline apa online
- Ayu : Online
- Condro : berarti kayak e-comers ya kalau itu biasanya masuk ke rumah BUMN dulu terus kemudian ada jadwal transfer ke UMKM jadi disaat waktu transfer kalau da yang udah laku nanti kita transfer ke UMKM
- Ayu : kalo e-comers Padi hanya bisa di akses UMKM atau siapa mbak
- Condro : Padi bisa untuk siapa saja
- Ayu : Kalau untuk masuknya itu perlu ada seleksinya atau kurasinya atau bagaimana mbak?
- Condro : sebagai saler atau buyer ?
- Ayu : Saler atau buyer
- Comdro : kalau saler semua bisa memang untuk Padi ini proses aktivasi memang memakan waktu kalau mereka enggak ikut pelatihan yang memang udah diadakan misal Rumah BUMN mengadakan pelatihan langsung sama Padi nya nah nanti binaan Rumah BUMN bisa langsung registrasi dan aktivasi saat itu juga tapi kalau misal untuk umum mereka harus nunggu waktu aktivasinya di tindak lanjuti
- Ayu : Berarti kalau dari anggota Rumah BUMN itu aksesnya lebih gampang ya ?
- Condro : Iya lebih cepat
- Ayu : Kalau manfaatnya dari UMKM kalau memiliki akun Padi ini bagaimana mbak ?
- Condro : Kalau untuk benefitnya sih sama ya kayak tadi ya jadi jangkauan pemasarannya lebih luas kalau ke instansi atau pemerintah-pemerintahan gitu kalau semisal tadi ada tender tender besar kayak gitu itu benefitnya yang mereka saler yang ikut di Padi UMKM itu
- Ayu : Kalau media sosial yang digunakan rumah BUMN itu sendiri untuk membantu memasarkan produk UMKM itu sendiri bagaimana mbak?
- Condro : Media sosial ya ? yang pasti untuk media sosial ada Instagram ya kita pake Instagram yang bisnis itu kemudian ada Instagram yang store ya walaupun kurang begitu aktif kemudian juga ada Tiktok meskipun sekarang juga kurang begitu aktif kemudian ada Whatsapp kemudian Tik Tok

- Ayu : Gimana sih mbak menjaga komunikasi dengan UMKM?
- Condro : Kita kan punya Grup sendiri nih tentang UMKM binaan kita yang disitu fungsinya untuk kita bisa share –share info buat UMKM – UMKM itu salah satunya tetap menjaga komunikasi ya kemudian yang mungkin beberapa ada yang butuh maintenance khusus ya, maintenance khusus itu mungkin ada beberapa yang harus di kasih tau secara PC Private Chat ya itu mungkin karena dia terlalu sibuk atau mungkin kayak agak enggak paham gitu lho nah itu biasanya kita PC tersendiri kayak gitu jadi ada grup WA sendiri, grup WA tersebut merupakan salah satu tempat yang di mana mereka menjaga komunikasi dengan mereka gitu
- Ayu : Kalau dari RB sendiri gimna sih mbak melihat media sosial itu bisa membangun dan meningkatkan citra produk UMKM itu sendiri ?
- Condro : Kan dari media sosial itu kita ada Instagram, nah disitu sendiri kita yang jelas ada konten maksudnya ini dari RB untuk meningkatkan merk produk UMKM kan ? nah biasanya kita biasanya ada konten konten di media sosial yang memang mengangkat UMKM UMKM jadi kayak kita ada tema tema sendiri kayak kita di setiap hari rabu itu ada UMKM tok jadi UMKM mereka yang udah survive atau yang sudah stabil itu nah mereka punya kuota apa yang bisa di bagikan ke temen temen yang lain salahsatunya, terus kita ada konten konten yang di sesuaikan dengan tema ya kayak kemarin kita habis ada pameran di Mexico kayaknya di instaram ada nama nama UMKM nya jadi kita sering mansion ke UMKM nya itu, Kemudian kita kayak ikut serta di pameran pameran nah nanti yang ikut pameran pameran itu bisa mansion juga nih nah pentingnya media disitu. Kebetulan followers kita juga banyak banget ya harapan kita dari lihat postingan kita kemudian ngetag ke UMKM nya bisa jatuh hati lah disitu.
- Ayu : berarti caranya meng up up seperti itu erus ya
- Condro : iya mansion mansion kayak gitu
- Ayu : Kalau tahap –tahap proses kurasi UMKM yang bisa terlibat dalam kegiatan e-comers itu sendiri dalam platform digital
- Condro : Berarti tahap kurasi sampai UMKM terpilih ya ?
- Ayu : Iya
- Condro : Kalau kita kategori kategorinya disesuaikan dengan bidangnya misalnya kuliner ya apakah ada sertifikasi halalnya enggak, yang pertama ada packagingnya yang paling utaua kalau kuliner itu dari packegingnya kemudian diferensiasi atau ke khasan dari produk ini apa yang membedakan dengan produk lain kemudian sertifikasi halal yang bisa jadi pertimbangan kita . Kemudian kalau fashion kita sesuaikan dengan target pasar kita kita mau jualan di e-comers apa nih semisal e-comers shopee kan anak anak muda kan ya nah itu kita bisa mulai dari mencari harga yang range nya kurang dari 500 dan yang sesuai dengan tren fashion anak muda ini yang cocok itu apa kayak gitu sih. Nah itu yang kurasi yang kita cari dari kita gitu.

- Ayu : ini masuk ke poin ke dua pembinaan, kenapa sih rumah BUMN melakukan pembinaan buat UMKM ?
- Condro : Kenapa rumah BUMN melakukan pembinaan ke rumah BUMN ? oke pengembangan UMKM itu merupakan manfaat di dirikannya Rumah BUMN jadi rumah BUMN memiliki 5 peran salah satunya peretama pengembangan UMKM, kemudian Basecamp Milenial, Co-working space, satgas bencana yang kelima PKBL. Lima peran ini salah satunya pengembangan UMKM nah disini kita menjalankan salah satu fungsinya pengembangan UMKM itu karena perekonomian indonesia itu lebih banyak di support dari UMKM nah harapan kita ingin menaik kelaskan UMKM agar lebih baik lagi kayak gitu
- Ayu : Kan sekarang lembaga pembinaan UMKM dari pemerintah kan banyak mbak kenapa sih mbak rumah BUMN itu tetap melakukan pembinaan terhadap UMKM?
- Condro : Kenapa masih tetep padahal banyak yang lain kan ? Nah karena kita tetep pada peran di dirikannya rumah BUMN kalau kita tidak melakukan itu maka eksistensi kita jadi enggak ada kan itu tugas kita sebagai rumah BUMN untuk mengembangkan UMKM dan kita juga programnya meskipun sama sama pelatihan juga kita percaya kok kalau kita beda contohnya kita kan di bawah Bank Rakyat Indonesia kan kalau untuk oprasional programnya ikut juga di BRI kan nah disitu banyak program program pelatihan yang tidak didapat di Dinas lain juga contohnya yang kemarin pameran di mexsico kita bekerja sama dengan KBRI yang ada di Mexsico nah disitu UMKM binaan kita yang lolos kurasi kita bisa pameran produknya disana, meskipun banyak dinas instansi yang banyak melakukan pelatihan tapi Tetap ngasih pelatihan dengan variasi yang lebih banyak biar enggak mono tone
- Ayu : Kalau dalam pembinaan UMKM itu melibatkan siapa saja pihak pihaknya ?
- Condro : Yang jelas untuk narasumber yang jelas BRI,UMKMnya, Narasumber. Narasumber kita juga enggak abal abal ya kita milihnya memang yang benar benar praktisi yang memang sudah ahli di bidangnya yang udah coach atu memang mereka yang sudah tersertifikasi
- Ayu : Kalau untuk pembinaannya dilakukan rumah BUMN sasaran pembinanya meliputi siapa?
- Condro : Kalau sasaran yang jelas UMKM di seluruh DIY Yogyakarta kemudian peran rumah BUMN ada basecamp milenial jadi kita welcome banget ke para generasi milenial atau mahasiswa yang memiliki keinginan untuk enterprener jadi kita menanamkan mainsait enterprener sejak dini
- Ayu : Jadi semisal ada generasi milenial anak anak muda yang ingin gabung tapi masih bingung mau buat usaha apa itu bisa mbak ?
- Condro : Nah enggak papa jadi tadi kan basecamp milenial ada salah satu fungsi perannya itu nah disitu kita welcome banget nih nah disitu

buat mereka yang katakannlah belum punya nah tujuannya disini kan membangun mainsait nah harapannya mereka yang belum punya nah kita ikutkan ke pelatihannya kayak gini ya pelatihannya nah disini kita bantu untuk mengarahin atau mungkin kita ayo ikut pelatihan yang lain supaya kamu punya wawasan yag lebih luas dan bisa melihat jiwa enterpranermu dimana

- Ayu : berarti yang belum punya usaha anak muda bisa teteap join ya mbak
- Condro : iya bisa
- Ayu : Kalau tahap pembinaan itu kan ada beberapa kelas nah kenapa sih mba kok harus dibedakan menjadi beberapa kelas kelas gitu
- Condro : yang Go Modern, Go Online Go Digital itu ya ? nah itu dibagi karena biar bisa diklasifikasikan UMKM ini bisa di mana nih terus misalkan setelah dapet ini dia bisa naik kelas atau masih tetap disini nih itu memang salah satu yang ada disini jadi di perannya itu ada tujuannya untuk naik kelas naik level levelnya gitu fungsinya itu jadi kayak alat ukur, jadi mereka yang anak usia segini ada di PAUD, anak usia segini di kelas 1 nah fungsinya sama ya jadi kayak kita tau UMKM itu posisinya dimna maka kita kategorikan ada di Go Modern, Go Online. Jadi misal dia udah Go Digital terus kita enggak perlu kan kita ngasih materi yang di Go Modern jadi kita bisa tau kan UMKM yang udah di Go digital itu kita ngasihnya apa jadi biar dia bisa naik kelas
- Ayu : berarti biar kegiatan yang dilakukan rumah BUMN itu tepat sasaran ya mbak ?
- Condro : Iya kayak gitu
- Ayu : Kalo indicator untuk mengukur kelas kelas itu gimana sih mbak caranya
- Condro : mengukurnya? Nah itu kita akan punya plat form yang namanya Lingkungan UMKM nah disitu UMKM binaan kita kita minta ngisi scoring lingkungan UMKM itu merupakan platform untuk assement scoring UMKM jadi bisa tau posisi bisnis UMKM itu sampai dimna jadi dari posisi itu bisa kita klasifikasikan ke yang level level nya tadi, karena dari scoringnya itu kita lakukan setiap bulan ya misalkan bulan ini mereka levelnya di tradisonal modern nah itu nanti masuknya ke Go Modern nah nanti bisa jadi setelah mereka ikut pelatihan bisa jadi naik kelas ada kemungkinan mereka naik ke Go Online nah fungsinya itu
- Ayu : Kalau untuk kegiatan untuk tiap kegiatan perklasifikasinya itu beda beda apa jadi satu mbak? Semisal Go Online ada kegiatannya tertentu, terus Go Digital juga punya kegiatan sendiri atau bagaimana mbak?
- Condro : Kalau itu ada secara sendiri sendiri. Semisal yang e-comers itukan mereka masuknya yang Go Online nah kayak gitu. Jadi kalau yang Go Modern itu masih di teori –teori utuk membangun main said kemudian manajemen keuangan itu masuknya di Go Modern. Jadi ada silabusnya sendiri semisal Go Moderen apa, Go Online apa, Go Digital apa
- Ayu : ada silabusnya sendiri ya mbak ada panduannya

- Condro : iya
- Ayu : jadi semisal soal pelatihan keuangan itu dikurasi ya mbak o ya UMKM mana yang bisa masuk yang sesuai dengan kelasnya atau semua bisa ikut?
- Condro : semua bisa ikut
- Ayu : berarti difokuskan ke mana gitu ya mbak
- Condro : jadi kita memaksa UMKM untuk ikut pelatihan ABC ya jadi karena mereka kalau dipaksa beda karakter jadi mereka enggak mau. Jadi sesuai dengan kebutuhan mereka ya jadi saat ini meeka ada yang membutuhkan fotografi ya berarti digital ya. Jadi mereka bisa ikut yang Go Digital meskipun mereka masih di Go Onlin jadi kayak gitu
- Ayu : jadi kalau cara meningkatkan kompetensi itu apa mbak yang bisa di lakukan di rumah BUMN?
- Condro : meningkatkan kompetensi kita bisa memakai platform UMKM tadi ya disitu juga ada assementnya jadi kita bisa memantau UMKM di posisi mana nih naik kelas atau tetep jadi kita pake itu sih untuk kompetensinya
- Ayu : Jadi tadi tanya bagaimana sih mbak cara mengetahui perkembangan UMKM yang naik kelas itu?
- Condro : Oke kalau tadi kan kompetensinya itu kita ada di lingkungan UMKM itu nah disitu misalkan nih atau dari pelatihan yang diikuti atau bisa juga dari kita monitor langsung dari UMKMnya sendiri kayak si UMKM aktif enggak ikut pelatihan misal dia enggak aktif atau misalkan yang di ikuti Cuma itu itu aja nah kita biasanya bisa cross chek langsung misalnya di ngecek di Instagramnya misal enggak ada perubahannya padahal mereka udah ikut pelatihan foto grafi tapi kok tidak digunakan di Instagramnya dan di Instagramnya kok kayak gitu aja nah kita biasanya lihatnya dari situ atau kalau semisal ada pameran kita butuh merekomendasikan gitukan nah UMKM kita rekomendasiin nih dari situ mereka bersedia atau mampu enggak ngikuti programnya itu kayak gitu. Karena kita sering nih ngadain pameran nah kira kira mereka bisa enggak nih dari situ kita bisa melihat apakah mereka bisa memenuhi itu o berarti mereka belum bisa naik kelas kayak gitu sih
- Ayu : Gimana sih kalau ada UMKM yang enggak bisa naik tingkat nah itu bagaimaaa mbak kalau ada yang UMKM sudah di Go Global ?
- Condro : Berarti bagaimana kalau UMKM yang Stag dan sudah di pusat ya ? kalau itu kita rivew ulang kayak tadi ya kita sekali kita ajakin pameran kita neglihat kita pinginnya kurasi itu fair ya misal ada yang kurang kita rivew apa yang perlu di perbaiki nah disitu kita lihat apa yang perlu di perbaiki apa UMKM itu mau ngerubah enggak? Kalau tetep dikasih kesempatan 2 X terus dia enggak mau oke berarti mereka memang tidak bisa merubah kan nah terus kita lempar maunya giman kita balik lagi kita tidak mau memaksakannya kalau memang tidak mau rubah oke kita tinggal kayak gitu. Terus karena mereka yang butuh kita bukan kita butuh mereka karena disini pingin mendidik UMKM pingin mandiri

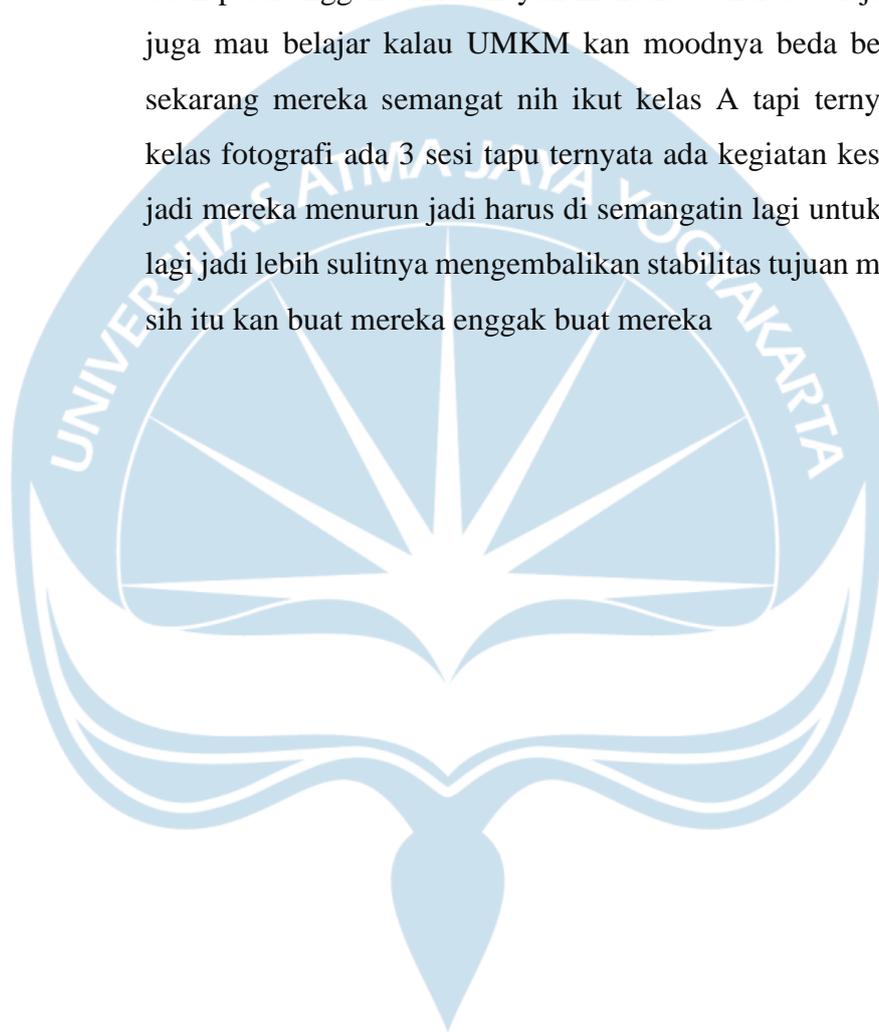
dengan soft skill mereka jadi kita tidak bisa memaksa gitu toh. Kalau mereka yang udah Go Global itu biasanya yang kita lakuin mereka sudah jadi kayak salah banyak karena enggak Cuma salah satu wkwkw mereka kita jadiin UMKM –UMKM unggulan nih jadi misal besok ada pameran atau butuh rekomendasi UMKM di kategori kategori tertentu kita udah punya nama nama yang di Go Global. Terus mereka juga bisa di jadiin kayak motivator ya jadi mereka bukan jadi narasumber jadi mereka bisa menjelaskan cerita dari bawah sampai sukses sekarang harapannya mereka bisa memotivasi UMKM yang masih berkembang kayak gitu.

- Ayu : Kalau dari Rumah BUMN itu melihat platform digital itu membantu enggak sih mbak dalam proses pembinaan UMKM
- Condro : bagaimana platform membantu pembinaan? Dengan adanya platform digital e-comers itu ada Padi, Shopee, TokoPedia Buka lapak itu sangat mendukung salah satu level kelas di Rumah BUMN yang harus terpenuhi gitu kan jadi sangat membantu juga jadi dengan adanya platform itu kita juga bisa memjalin kersa sama juga, juga bisa di monitor langsung dan target mereka terpenuhi. Kita juga win win solution dengan UMKM kita agar melek digital agar mereka melek e-comers kemudian mereka targetnya terpenuhi juga ya sama sama pencapaian tugas kita
- Ayu : Kalau fungsi e-comers dalam tiap kelas itu apa mbak ?
- Condro : Nah fungsi e-comers dalam tiap pembinaan sebenarnya di satu e-comers itu bisa masuk di beberapa tahap pembinaan ya misalnya Go Modern ada beberapa e-comers yang bisa masuk di Go Modern misal kayak Sultan P bentuk manajemen keuangan sedangkan manajemen keuangan bisa masuk di Go Modern kan nah disitu kita bisa kerjasama dengan si Sultan P untuk mengajarkan keuangan dengan berbasis digital gitu. Keudian dari situ digital dari penjualan pulsa dll juga bisa masuk di Sultan P juga di Go Online kan dari 1 e-comers bisa masuk ke beberapa tahap pelatihan gitu sih jadi besar banget ya e-comers buat pelatihan
- Ayu : Peran e-comers untuk UMKM agar bisa naik kelas ?
- Condro : Peran e-comers biar bisa naik kelas ? sekarang kan era digital jadi semua serba digital jadi mereka mau enggak mau melek digital terus peran e-comers disini membantu kita untuk kayak jadi tolak ukur UMKM udah mau naik kelas. Jadi mereka yang sudah mau belajar e-comers ini mereka udah punya keinginan untuk up in diri jadi gitu misal tadi mungkin awalnya pelatihan manajemen keuangan mereka mulai mles males tapi ternyata sekarang manajemen keuangan jadi lebih praktis setelah ada e-comers digital digital itu kayak mungkin pakik aplikasi kasir atau Sutan P jadi

mereka manajemen keuangan lewat situ jadi lebih gampang kan
enggak tulis tangan lagi

Ayu : Sejauh ini dalam proses pembinaan yang dilakukan rumah BUMN
itu kendalanya apa saja mbak ?

Condro : Kendala yang dihadapi? Oke yang dihadapi selama melakukan
pembinaan ini adalah mempertahankan mood UMKM kan mereka
udah pasti enggak semua kayak mahasiswa harus belajar mereka
juga mau belajar kalau UMKM kan moodnya beda beda kayak
sekarang mereka semangat nih ikut kelas A tapi ternyata misal
kelas fotografi ada 3 sesi tapu ternyata ada kegiatan kesini kesini
jadi mereka menurun jadi harus di semangatin lagi untuk motivasi
lagi jadi lebih sulitnya mengembalikan stabilitas tujuan mereka apa
sih itu kan buat mereka enggak buat mereka



TRANSKIP WAWANCARA UMKM

A. Jadwal Wawancara

Tempat : Lawana Coffe

Tanggal : Sabtu, 18 Juni 2022

Waktu : 12.25- 13.28

Durasi : 25.30 menit

B. Identitas Informan

Nama : Luki Adi Prasetyo

Jenis kelamin : Laki-laki

Usia : 27 Tahun

Pendidikan terakhir : S1

Pekerjaan : Wiraswasta

Nama Usaha : Methe Roastad Cashewnut

Ayu : yang pertama mungkin bisa perkenaln diri terlebih dahulu sama kenapa memilih pekerjaan ini dan rutinitas kegiatan?

Lucky : Selamat siang perkenalkan saya Lucky dari Methe Roastad Cashewnut saya lahir di Wonogiri domisili di Jogja terus kesibukan saat ini adalah fokus sama usaha. Sebelumnya saya karyawan swasta staff HR di perusahaan Pialang yay a mungkin kamu juga tau di dekat Babarsari nah sekarang udah fokus di bisnis fokus di usaha saya karena enggak mau lama lama jadi karyawan makannya fokus di usaha saya

Ayu : Sejarah kenapa membuat usaha methe ini ?

Lucky : Sejarah pembuatan methe sebelumnya sebelum saya mebuat methe ini banyak ya saya pernah usaha membuat sambal pernah usaha kayak drop sheeper kayak casing HP, nah dari dulu pingin kayak jualan yang brand sendirikan akhirnya ngobrol sama temen ngobrol ngobrol akhirnya ketemulah ide ini kan ATM (Amati Tiru Modifikasi) kripik pisang coklat, Kripik pisang lampung pernah enggak ?

Ayu : Belum pernah

Lucky : waduh enak benget itu nah ngobrol ngobrol sama temenku itukan orang solo terus dia bilang bro rumahmu kan banyak kacang methe di Wonogiri kan kenapa enggak di coklatin kayak kripik pisang lampung atau brandsazanan itu kan juga brand terkenal kayak punya Bu Sofi kan kripik pisang coklat kan tapikan produknya kalau Bu Sofi kan pisang kalau aku kan kacang Methe kayak Silverqween rasanya makanya terciptanya kacang Methe. Tapi dulu awalnya yang coklat dulu baru yang macha. Ini tu 2020 sih kan mulai awal Covid kan. COVID itu agak mulai enggak produksi dulu artinya belum kemasan sebagus ini artinya dulu kan pake *Standing Pouch* yang bening yang akhirnya mulai kerja jadi staff HRD itukan nah akhirnya

dari situ sambil kerja sambil ngerintis ini lagi nah akhirnya setahun lebih akhirnya fokus untuk ngembangin ini lagi

- Ayu : Kalau bikin usahanya kan baru tahun 2020 kan ya mas itu jadi anggota RB itu mulai tahun berapa mas ?
- Lucky : jadi anggota RB itu kalo enggak salah itu tahun 2021 tapi tepatnya saya lupa nah itu saya kan ikut gabung sama jamaah Masjid Suciati ya nah waktu itu namanya Pak Faurid ngasih link ke saya biar bisa gabung ke rumah BUMN Jogja. Akhirnya saya masuk itu lama banget mbak enggak langsung diterima selang beberapa bulan itu baru di ACC sama Mbak Condro itu dan akhirnya baru masuk di rumah BUMN Jogja gitu terus selama menjadi anggota di rumah BUMN
- Ayu : selama di rumah BUMN itu apasih mas yang kegiatan yang sering mas ikutin buat pengembangan usaha ?
- Lucky : sebenarnya banyak sih mbak Cuma karena saya masih menjadi karyawan itu waktunya terbatas waktu itu ikut yang export keluar negri jadi legalitas apa yang perlu disiapkan gitu sama yang terakhir ikut pameran yang di INA Garuda itu termasuk fasilitas yang diberikan RB Store secara gratis itu termasuk sangat membantu sekali mbak dari segi branding biar dikenal banyak orang juga membantu saya untuk memasarkan prodak biar dikenal banyak orang
- Ayu : terus dari rumah BUMN itu ada beberapa pelatihan soal pemasaran kan mas salah satunya soal pemanfaatan *Plat form e-comers* kalau dari mas pribadi sendiri melihat *plat form e-comers* itu seperti apa sih
- Lucky : jadi plat form e-comers itu juga termasuk membantu mempertemukan antara penjual (saler) dan buyer. Penjual kan bisa menjual barang apapun dan buyer tinggal pilih pilih *cek out* dan udah masuk kerumah kita dan udah tempat tinggal kita. Yaudah kita sebagai *brand* pemilik harus memanfaatkan itu Shopee, TokoPedia, Buka Lapak, Bli Bli jadi semu harus sebagai pengusaha harus melek akan digital marketing dan memanfaatkan yang ada
- Ayu : Kalau dari UMKM itu sendiri pake e-comers apa aja mas ?
- Lucky : saat ini fokusnya di Shopee terus Buka Lapak, TokoPedia terus Bli Bli juga ada tappi yang memasukan ke Bli Bli bukan saya tapi ada mitra lain tapi ada memanfaatkan dari Facebook gitu aja
- Ayu : Kalau Mas tau sendiri enggak kalau di rumah BUMN itu punya suatu bentuk mendukung UMKM suatu bentuk RB Store terus ada e-comersnya kayak di shopee atau Toko Pedia Mas tau enggak mas ?
- Lucky : e-comers .. e sedikt tau sih mbak tapi saya enggak terlalu melihat itu karena kemarin Methe masuk kesana mungkin juga dipajang di RB Store juga jadi orang bisa melihat UMKM apalagi sekarang kolaborasi dengan coffe shop ya mbak jadi sekarang tu desainnya juga lebih kekinian jadi kalau ada yang ngopi disana jadi bisa lihat produk UMKM Jogja karena itu sangat membantu sekali bagi kita UMKM dari segi pemasaran segi Branding gitu sih

- Ayu : Kana da tu mas saya juga pernah lihat juga di Instagram RB Store itu Methe sempat di upload juga tu di bikin konten dari situ tu ada enggak mas impactnya ke pemasarannya Methe ini sendiri gitu
- Lucky : Kemarin tu ada beberapa yang nampak signifikan itu penambahan followers aja sih tapi kalau order itu cuma beberapa tapi penambahan followers yang signifikan itu juga meningkatkan *brand awareness* agar dikenal banyak orang dan sangat membantu banget
- Ayu : Kalau dari dari penambahan followers di Instagaram itu mas itu sampai ke tahap lebih jauh enggak mas semisal sampai tanya tanya kayak cek out barang gitu ?
- Lucky : Biasanya ada yang tanya tanya terus saya arahkan ke Shopee biar lebih gampang transaksinya kadang juga ada tanya harganya tapi dia enggak beli terus nanya bisa didapatkan dimana aja dan tokonya di mana aja terus ketika ada yang meu order saya arahkan ke Shopee aja tapi apabila masih bisa di lingkup Jogja saya bisa kasih *free ongkir* bagi mereka
- Ayu : Kalau sampai saat ini mas ada enggak permasalahan yang dihadapi ketika menggunakan e-comers itu sendiri
- Lucky : nah e comers itu kan yang jualan banyak banget ya mbak puluhan,ratusan bahkan jutaan penduduk Indonesia menggunakan plat form e-comers jadi kita bersaing disitu gitu kalau produknya belum dikenal banyak orang akan susah banget untuk produk kita itu bisa dilihat tapi kalo kita nyari itu belum tentu produk ini akan muncul didaftarnya tapi yang muncul *brand brand* yang memang sudah terkenal dan udah dikenal orang banyak gitu sih
- Ayu : kalau penggunaan *plat form* e comers itu sendiri kayak Shopee itu mas ada menggunakan fitur fitur tertentu yang bisa meningkatkan pencarian gitu ?
- Lucky : iya fitur untuk mnaikan produk itu pasti terus mungkin iklan
- Ayu : Iklan pake juga ?
- Lucky : Iya pake juga terus apalagi ya kayaknyaitu aja mbak. Karena saya ini masih superman banget ya mbak jadi belum ada tim paling dibantu teman saya ini untuk foto produk makanya ini harus fokus untuk bisa mengembangkan ini mbak soalnya dari produksi, pemasaran, seles itu semuanya saya sendiri mbak yang handel
- Ayu : Berarti semuanya dilakukan sendiri ya ?
- Lucky : Iya dilakukan sendiri. Itu lho PR nya punya tim itu yang susah kalau Bu Sofi itu udah punya tim produksi sendiri, seles sendiri jadi kalau Bu Sofi udah memikirkan kedepannya usaha ini mau dibawa ke mana kalau saya istilahnya masih *zero* jadi kayak superman semua dikerjakan sendiri
- Ayu : berarti ini dikerjakan sendiri juga ?
- Lucky : iya sendiri
- Ayu : Dirumah gitu ?
- Lucky : Iya dirumah karena sekarang saya kan ngekost jadi di izinin di rumah kost jadi saya kerja dari jam 08.00 sampai jam 17.00 terus habis solat magrib udah istirahat 1 jam terus lanjut produksi ini lagi sampai jam 21.00 selang besoknya baru paking udah gitu doang rutinitasnya jadi

setelah pulang kantor saya manfaatkan untuk produksi jadi ini memikirkan untuk strategi pemasarannya gimana makanya kadang di otak itu stress banget pusing

Ayu : Kalau kegiatan selama jadi anggota rumah BUMN ini sendirikan menerima beberapa pembinaan nah menurut mas itu membantu enggak mas dalam usaha mas ?

Lucky : sangat membantu yang awalnya kita tau jadi tau apalagi kita UMKM sangat butuh ilmu ilmu yang orang lain udah expert dibidangnya semisal dibidang pemasaran dibidang marketing dibidang branding dibidang digital marketing ataupun pemanfaatan e-comers juga kan apalagi saya kan juga butuh banyak belajar sama orang orang yang lebih dari saya contohnya Bu Sofi kan yang produknya udah dimana mana di jogja dan saya belajar banyak sama Bu Sofi. Kita sebenarnya juga perlu Mentor orang usaha harus punya mentor role model kayak mbak belajar harus punya dosen, dosen pembimbing buat skripsi, nah itu sama kiah usaha harus punya guru kita usaha jangan sendiri

Ayu : Kalau sejauh ini kayak rumah BUMN yang membantu pemasaran produk gitu pembentukan jaringan agar dikenal luas ini mas merasa enggak kayak ada proses pemasaran produk dalam bentuk jaringan itu?

Lucky : dilibatkan secara produk yay a itu sih intinya kalau ada kegiatan itu biasanya Mbak Rini selalu chat saa untuk bisa daftar gitu kan kalau saya enggak ngirim kayak saya di oyak ayo mas cepet kirim mas kayak di bantu. Kemarin kayak Mbak Rini itu benar bantu saya kayak saya pas kurasi di Mexsiko itu sebenarnya saya itu enggak mau ikut ya mbak karena waktu itu saya udah di bandara mau ke Jakarta terus produk ini tinggal sedikit di toko karena saya enggak punya tim saya sendiri otomatis untuk ngirim ke Jakarta enggak ada orang sampai Mbak Rini itu benar benar mau beli produk ini keliling di toko nyari nyari terus yang ngirim ke Jakarta itu Mbak Rini bener benar support banget itu sih Mbak Rini ya Allah

Ayu : motivasi mas sendiri dalam kegiatan dirumah BUMN itu sendiri apa mas ?

Lucky : motivasi? Yang jelas ilmu ya kemudian *net working* biar bisa dikenal banyak orang dan kita bisa dikenal dengan orang orang baru nah itu yang paling penting

Ayu : Kalo menurut Mas Lucky sendiri ni selama jadi anggota ini jaringannya makin luas atau makin sempit atau stag ini mas jaringan usaha methe itu sendiri

Lucky : Semakin luas sih mbak walaupun tahapannya enggak langsung signifikan signifikan secara grafik walaupun agak sedikit lambat alhamdulillah ada peningkatan

Ayu : Mas Lucky tau enggak mas kalau di Rumah BUMN itu ada scoring tiap bulan itu pernah ngisi enggak mas ?

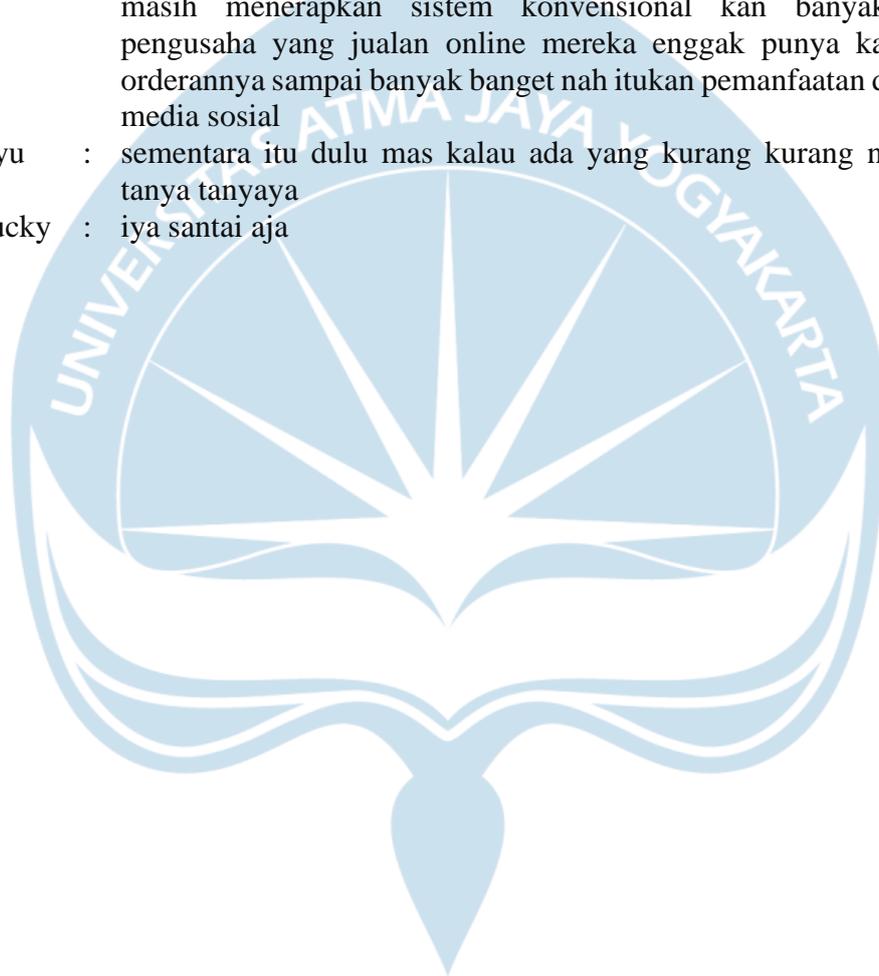
Lucky : hahah ngisi sih kadang kadang di ingatkan buat ngisi Alhamdulillah scorenya juga bagus sih mbak meningkat terus.

Ayu : dari ngisi socoring itu meningkatkan proses usaha enggak mas buat evaluasi?

- Lucky : iya buat evaluasi itu kan yang di lihat dari beberapa aspek produksi, legalitas dan pembinaan karyawan itu semuanya ada disitu jadi kita setiap point point nya disitu dan kita belajar setiap disitu
- Ayu : Kalau dari Methe itu bagaimana sih caranya biar terus semakit berkembang naik kelas naik level terus?
- Lucky : nah itu PR saya hahaha sebenarnya terus berjuang sih pantang menyerah berjuang terus yag kedua itu jangan pernah lelah untuk belajar dan memikirkan strategi bagaiman branding biar dikenal banyak orang terus quality dari Methenya biar tetap enak gitu sih mbak
- Ayu : Terus kegiatan pembinaan yang diberikan Rumah BUMN itu udah diterapkan belum sih mas di usaha mas ?
- Lucky : udah walaupun bertahap enggak langsung diterapkan semua
- Ayu : Contohnya gimna mas ?
- Lucky : contohnya pembinaan apa mbak ?
- Ayu : Kayak Pembinaan pelatihan fotografer, manajemen keuangan, peatihan Shopee. TokoPedia penggunaan Web
- Lucky : Kalau untuk masalah keuangan yang jelas uang usaha sama pribadi harus dipisah ya mbak enggak boleh dicampur antara pribadi dan usaha kalau uang usaha dicampur dengan uang pribadi yang jelas akan kepake ya yang jelas ya hati hati sih semisal keuntungan methe segini ya udah harus kita sisihkan terus sebagian diputerin buat modal terus sebagian diputerin lagi buat pengembangan seperti marketing buat biaya buat beli alat produksi yang menunjang kinerja methe gitu sih
- Ayu : kalau dari pembinaan scoring kan ada beberapa tahap pembiaaan level level yang keluar setelah kita ngisi kuesioner , menurut mas efektif enggak mas dalam proses usaha mas
- Lucky : bisa efektif bisa enggak siih mbak kana da UMKM yang saking banyaknya pertanyaan yang di contreng kan nah kadang mereka ini Cuma males baca yang keluar bagus kebetulan jelek tapi kalau ada yang teliti dan mereka bener bener baca dan benar benar mereka memperhatikan itu ya efektif kalau yang ngisi Cuma asal itu enggak efektif gitu sih
- Ayu : Kalau dukungan Mas Lucky sebagai pemilik UMKM Methe ke rumah BUMN dalam
- Lucky : Dukungan yang jelas support selalu ya mbak apabila ada kegiatan yang dilakukan rumah BUMN diusahakan untuk selalu ikut trus bantu bantu share kalo ada kegiatan biar orang orang itu tau ini lho ada RB Store jadi orang orang yang belum terabung di RB Store harapanya bisa tergabung di RB Store biar bisa berkembang lagi biar bisa naik kelas lagi bersama RB Store. Saya yakin ini sangat membantu sekali sih mbak yang saya awalnya enggak tau apa apa ini jadi tau. Hal hal sepeti ini kalo mandiri mbayar sendiri mahal lho mbak nah Alhamdulillah ini di support RB store tanpa dipungut biaya apapun gitu sih sangat membantu sekali
- Ayu : jadi setelah ikut anggota ini manfaatnya banyak ya mas setelah yang dirasakan ini

Lucky : Banyak
Ayu : Kalau mas sendiri media sosial RB yang banyak digunakan untuk komunikasi sama mas itu apa mas ?
Lucky : Whatsapp
Ayu : itu bagaimana mas kegiatan didalam Whatsapp bentuk nya komunikasinya ?
Lucky : biasanya chat secara langsung kemudian dibuatkan grub kemudian kalau ada info info kurasi itu semuanya di grub itu kita ada jam jam untuk ngiklan produk kita itu semua ada digrub
Ayu : Terus kalau menurut mas plat form e-comers membantu untuk naik kelas enggak mas maksudnya ketahap yang lebih baik
Lucky : iya pastinya bertahap lebih baik lebih baik gitu
Ayu : setelah menerima pembinaan apakah Mas Lucky memanfaatkan plat form digital e-comers pada usaha anda ?
Lucky : pasti memanfaatkan mbak karena itu jaman sekarang itu zamannya internet semua harus dimanfaatkan apalagi sekarang ada Tiktok Shop itu saya juga mau kesitu karena dari kemarin saya mau daftar ke situ juga belum bisa nah itu karena Instagram sekarang enggak se efektif tiktok sih karena sekarang pengguna Tiktok itu lebih banyak karena orang tu lebih banyak bersosial media di tiktok dibanding di Instagram
Ayu : beritanya juga lebih ke up cepat Di Tiktok
Lucky : Iya traficnya juga lebih tinggi di Tiktok juga Mbak. Makanya kita apa sih harus beradaptasi juga sih ketika ada plat form yang ebih rame kitajuga harus ngikuti untuk perkembangan usaha kita gitu
Ayu : Sementara pertanyaannya itu dulu sih mas
Lucky : ada yang perlu di evaluasi enggak saya ada beberapa yang belum paham soal pertanyaannya
Ayu : Kalau dari Mas Lucky sendiri tau enggak ada plat form yang dari rumah BUMN yang bekerja sama dengan BUMN
Lucky : Lupa aku
Ayu : Padi ?
Lucky : enggak belum tau aku
Ayu : Belum ikut pembinaan pelatihan soal Padi ?
Lucky : itu memang ada ya ?
Ayu : ada, jadi rumah BUMN itu punya Padi (Pasar Digital) itu tujuannya untuk memberikan pasar bagi UMKM untuk mengenalkan sasaran pasar yang lebih ke BUMN tapi semua orang bisa untuk gabung disitu enggak lewat koprasa segala macam Cuma pasarnya sih lebih ke prusahaan BUMN
Lucky : Pake aplikasi?
Ayu : Iya Padi
Lucky : iya coba tak cek
Ayu : iya pasar digita dari rumah BUMN sama BUMN itu baru kok mas
Lucky : apa aku yang enggak nyimak ya ?
Ayu : kemarin ada kok pelatihannya sama Mbak Condro
Ayu : kalau menurut Mas Lucky Media sosial bisa membangun dan meningkatkan citra merk enggak mas?

- Lucky : Pasti no, pasti sangat kembali lagi sih zaman dahulu sosial media kan enggak se booming sekarang ya dulu orang orang kalau mau iklan harus ke koran zaman dulu juga ada balio balio zaman dahulukan masih konvensional tapi kalau sekarang gampang banget kita mau posting apapun lewat sosial media bisa, lewat Whatsapp Story bisa lewat Instagram bisa, Tik tok bisa kita *paid promote* ke influencer yang mungkin punya followers banyak juga bisa sangat membantu sekali makanya harus benar benar di manfaatkan makannya banyak pengusaha yang seumuran generasi bapak saya ya ada yang enggak mau *move* ke media sosial kan ketinggalan biasanya karena mereka masih menerapkan sistem konvensional kan banyak banget pengusaha yang jualan online mereka enggak punya kantor tapi orderannya sampai banyak banget nah itukan pemanfaatan dari sosial media sosial
- Ayu : sementara itu dulu mas kalau ada yang kurang kurang nanti saya tanya tanyaya
- Lucky : iya santai aja



TRANSKIP WAWANCARA UMKM

A. Jadwal Wawancara

Tempat : Rumah Produksi UMKM Kama Store (Tegaldendo KG II/1086, RT50/RW11, Prenggan, Kotagede D.I.Yogyakarta

Tanggal : Rabu, 15 Juni 2022

Waktu : 08.30-09.50

Durasi : 31.58 menit

B. Identitas Informan

Nama : Dhara Dinda Kamayangan

Jenis kelamin : Wanita

Usia : 28 Tahun

Pendidikan terakhir : S1

Pekerjaan : Wiraswasta

Nama Usaha : Kama Store

Ayu : Semat pagi Mbak perkenalkan saya Ayu dari Universitas Atma Jaya dari prodi Sosiologi. Pada hari ini saya minta waktunya Mbak Mayang untuk menjadi informan saya, mungkin bisa dimulai dari perkenalan diri dahulu.

Mbak Mayang : Perkenalan diri ya Mbak? Nama saya Daradinda Kamayangan biasa dipanggil Mayang saya lulusan UNY tahun 2018 dulu saya kuliahnya di Pendidikan Seni Rupa dan Kerajinan, terus saya mulai merintis usaha ini ditahun 2018 tetapi saya fokusnya ditahun 2019 karena dulu kan di 2018 juga sambil bekeja. Jadi saya mulai fokus usaha ditahun 2019 gitu. Terus selanjutnya kenapa saya namain "KAMA" itu sendiri karena ambil dari nama belakang saya "Kamayangan" terus disisi lain "KAMA" itu juga dari Bahasa sangsekerta yang berarti cinta. Terus "KAMA" sendirikan aku singkat ni "Karya Mayang" maksudnya karya yang dibuat itu dari hati ya mbak buat teman tetemen yang minat dengan kain nusantara mastra gitu. Terus selanjutnya kenapa saya memilih usaha saya saat ini kalau kenapa nya karena dulu saya kan basicnya di SMK awal mulanya mungkin dari jalur kalau ditarik garis lurus nya usahanya. Dari dulu saya SMK ambilnya tekstil dan saya di SMK 5 Yogyakarta ambilnya tekstil, kria tekstil. Nah disitu saya belajar tentang rata rata batik. Proses pembuatan tekstil atau batiknya sendiri disitu saya kepeikiran karena saya kuliah juga ambilnya linier juga terus saya usaha tu kepikiran pingin bikin usaha yang berkaitan dengan batik tapi masih mikir lagi kalau batik tuliskan bikinnya lama terus harganya juga enggak terjangkau untuk semua kalangan. Saya pinginnya bikin produk yang semua kalangan bisa pakai. Terus akhirnya mutusin coba eksplor ke kain lainnya ya itu batik tulis, tenun, lurik dan batik cap ini. Tetapi batik cap

sendiri saya itu tidak semua batik cap saya pake ya jadi batik cap yang saya pilih itu batik cap yang unik. Batik cap yang unik itu maksudnya itu yang enggak ciriin itu sebenarnya batik tapi tapi itu sebenarnya batik. Jadi motifnya itu simple tapi enggak yang kayak klasik banget enggak yang kayak gimna tapi simpeltapi anak muda senang tapi itu batik, mereka itu ngiranya “ini batik ya kak” yang pada habis beli itu kayak gitu biasanya terus “ oh kirain itu kain printing biasa” setelah mereka membeli produk itu setidaknya lebih menghargai ya mbak ya yang sebelumnya di pasar mungkin mereka nawar atau gimana jadi dengan itu oh ini batik jadi setidaknya kita mengajarkan ke konsumen itu menghargai karya gitu nah. Terus kenapa *full time* di KAMA itu sendiri karena usaha kan harus fokus sebenarnya dulu kan ngerasaain bener bener sambil kerja itu kayak susah bagi waktunya ya udah kayak gitu aja tapi ya Bismillah niat nya mau usaha terus alhamdulillah setelah dari *resign* itu terus bener bener kayak dibukain jalan yang dulunya masih serba sendiri pemasarannya sendiri terus dibukain jalan akhirnya bisa masuk di Bandara, bisa masuk ke RB , bisa masuk ke Galeria juga jadi emang selama 2 tahun itu memang kayak langsung kebukak dibukain jalan untuk buat usaha, maksudnya enggak seserem yang aku pikirin sebelumnya. Kalau rutinitas dalam pekerjaan ini kalau untuk semuanya dalam arti konten terus media sosial terus buat *market place* itu masih aku yang handel. Tapi kalau untuk produksi udah ada tim cuma kalau kayak untuk pameran itu aku biasanya *free lance* nanti aku ada teman mahasiswa untuk bantu jagaain kalau sementara ini masih handel sendiri kalau untuk produksi udah dibantu sama 3 penjait. Tiga penjait itu satu asesoris, dua buat baju. Jadi yang produksi itu ada 3 tapi kalau kayak yang buat konten, kayak ngurusin *market place* itu masih saya jadi kalau semisal melihat kontennya KAMA itu saya ya sebenarnya ya masih belajar semua jadi harus yang media sosial itu saya masih ngeraba sendiri ya mbak kayak ngelihat sendiri. Paling yang media sosial itu masukan dari teman teman kayak kurangnya dimana gitu kan yang bisa menilaikan sebenarnya kan teman lain kan kita sebenarnya ya udah lah gitu .

- Ayu : Kalau tau Rumah BUMN itu dari mana Mbak ?
Mbak : Nah itu dulu tau RB itu sebelum RB berubah kayak sekarang ya jadi kolaborasi kayak sopphe itu tau dari temen, temen bilang suruh ikut ke RB. Sebenarnya bukan anggota RB mbak tapi dia menyarankan untuk *joint* ke RB. Karena di RB kan banyak acara-acara kayak pelatihan pelatihan gitu oh jadi kayak gitu aja tapi belum dijalanin nah jadi setelah *resign* itu jadi teman kantor ya terus setelah *resign* itu coba menghubungi RB jadi beneran enggak tahu kontaknya siapa yang mau dihubungi enggak tau jadi asal kayak dateng ketok pintu tapi hubunginnya itu saya awalnya lewat DM waktu itu DM saya asal aja tanya gitu ya kan

waktu dulu itu IG nya RB itu enggak ada informasinya kayak sekarang ya *update* jadi benar benar sepi dan kita harus DM dan itu enggak tau masih aktif apa enggak jadinya kayak DM waktu itu saya saya tanyanya bisa enggak kayak mau *joint* jualan di RB karena saya dulukan mikirnya memperbanyak *offline store* selain di satu tempat gitu kan ya mbak terus ternyata harus kurasi. Nah akhirnya saya dateng ke RB buat kurasi nah disitu akhirnya saya kurasi lolos kan terus barulah RB dirubah jadi belum ada penjualan sama sekali terus RB dirubah itukan agak cukup lama kan ya ngerubahnya

- Ayu : Oh.... dulukan berarti Rumah Kreatif BUMN ya ?
- Mbak : Iya Yang didepannya kecil enggak kecil sih ya udah gede sih
- Mayang : tapi enggak seramai sekarang ya jadi buat pelatihan aja gitu terus itu dateng lewat DM awalnya suruh kurasi ketemunya sama Mbak Condro sama Mbak Dhea kalau enggak salah terus habis itu kita di kabarin kalau lolos kurasi dari situ kita enggak langsung jualan karena RB rombak kan nah setelah benar itu baru kita mulai di display rapi tertatat terus kita mulai di ajakin dari RB. Jadi sebenarnya kita itu anak baru di RB jadi belum selama kayak UMKM yang lainnya. Jadi kalau enggak salah baru join itu di tahun 2020
- Ayu : dua tahunan iya?
- Mbak : iya baru banget tahun 2020 tapi udah sering di ajak RB ke mana mana gitu Mbak. Diajak RB pameran terutama itu di hotel INA yang bumi berdaya itu
- Ayu : iya yang tahun 2021
- Mbak : 2021 terus diajak RB juga
- Mayang : yang hari sabtu ya ?
- Mbak : oh.. yang kemarin saya enggak ikut ini mbak kurasi brilian
- Mayang : trainer jadi beberapa UMKM BRI itu mengirimkan produk maksudnya enggak semua sih tpi pilihan BRI dari masing masing daerah gitu ngirimin produknya kan terus dikurasi di Jakarta nah Alhamdulillah kita lolos kurasi yang di Jakarta itu tapi belum lagi pengumuman tapi ya semoga aja nanti aja bisa. Terus kemarin juga diajakin RB juga suting buat sebenarnya dari BRI pusat buat ekspor jadi ceritanya buat iklan eksprt gitu kemarin juga diajakin RB Alhamdulillah *joint* ke RB itu banyak apa ya jadi kita *upgrade* jadi kita diajakin apapun acaranya kalau kita aktif juga kita diajakin gitu. Terus kemarin dimintaain tolong RB buat jadi narasumber jadi intinya RB juga memberi kesempatan jadi enggak mandang kita UMKM baru atau UMKM lama tapi RB kasih kesempatan ke semua UMKM
- Ayu : kalau dari ikut setiap kegiatannya dari awal ikut jadi anggota sampai sekarang itu *impact* dengan di usahanya buat Mbak Mayang itu gimna mbak

- Mbak : kalau dari awal sampai sekarang ya mbak Alhamdulillah link –
Mayang linknya semakin bertambah ya mba customernya juga semakin bertambah ya dari keluarga BUMN itu sendiri maksudnya enggak dari BRI tapi dari BUMN lainnya di DIY itu juga ada yang jadi customer kita gitu. Jadi customernya semakin bertambah kita juga makin dikenal banyak kan mbak misal kita habis ada yang beli produk kita terus ternyata ada nasabahnya yang pingin terus kita di suruh mengikat kita
- Ayu : jaringannya lebih luas ya ?
Mbak : Iya – iya jaringannya makin luas.
Mayang
- Ayu : Selama masih ikut di anggota , Mbak Mayang pernah ikut kayak pembinaan di RB ?
Mbak : Pernah saya pernah ikut waktu pandemi kan kebanyakan online
Mayang ya saya lupa judulnya apa tapi saya pernah ikut kayak yang tentunya yang saya butuhin banget ya mbak jadi kayak dulu itu website gitu, pengelolaan keuangan, terus fotografi terus kayak foto grafi itu memang *intest* kalau yang lainnya kadang kan cuman satu sesi jadi Cuma hari ini aja. Tapi yang fotografi itu bisa sampai 5X tapi itu wajib jadi kita sampai 5X itu ikut Alhamdulillah kalau ikut pelatihan itu memang kita jadi kayak kebukak jadi kita memang harus belajar yang lain dan masih banyak yang harus dibanahi
- Ayu : o.. berarti Mbak Mayang itu pernah ikut pelatihan yang offline ?
Mbak : pernah jadi itukan kayak kemarin pandemi kan kebanyakan
Mayang acaranya online lewat zoom kan ya Mbak. Rata –rata pernah ikut dua duanya. Ohya kemrin juga sempat ikut yang MUFEST Muslim Festifal nah itu kita juga pertama kalinya kita fashion show di ajang besar ya yang kita sebelumnya enggak pernah fashion show sama sekali terus yang lainnya itu juga udah brand brand besar di jogja kita di biyai sama RB dan UMKM lainnya itu sebenarnya juga kurasi. Ada yang dua itu satu ada yang asesoris satu lagi produk yang ekoprint disitu kita juga belajar banyak banget maksudnya belajar oh ternyata fashion show itu kayak gini yang kita awalnya enggak tau nol maksudnya kita tau fashion show itu kan banyak kan mbak kelas kelasnya itu kita pertama kali fashion show di ajang yang gede dan itu desainernya enggak yang *ecek ecek* itu ya mbak desainer yang udah punya nama semua
- Ayu : itu se Jogja ya Mbak ?
Mbak : itu se DIY Jateng kayak Mas Dedi Delmora itu ada juga terus
Mayang Pak Bulian Mustafaf, Pak Afif Syakur baitik itu juga ada jadikan emang kita kayak wah udah banyak banget si LYF, Butik Margaria itukan udah brand yang besar ya yang udah beberpa puluh tahun berkiprah di situ jadi kita yang anak baru itu suatu kehormatan yang intinya bangga bisa sama mereka dan itu juga dibiayai sama RB dan itu juga kurasi dan itu enggak semua

- UMKM dan Alhamdulillah kemarin dikasih kesempatan di waktu puasa kemarin tahun 2022
- Ayu : yang di mall itu kan ?
- Mbak : iya di Hartono jadi tiap tahun kita dikasih kesempatan sama RB
- Mayang
- Ayu : ini aku mau masuk soal plat forms e-comers . kalau Mbak Mayang sendiri memahami e- comers sendiri itu seperti apa sih mbak ?
- Mbak : kalau saya sendiri itu tau e-comers itu adalah tempat jual beli tetapi secara onlie tapi e-comers itu jeleknya karena dia banyaknya persaingan harga jadi sebenarnya itu e-comers itu buat meningkatkan branding kita supaya orang tau karena kita cari dengan kata kunci aja udah nemu banyak produk tapi sebenarnya itu brand apa. Jadi buat saya it e – comers itu buat meningkatkan branding kita sebenarnya kadang dari e-comers baru tau Instagram kita kadang orang belum tau intagram kita pai belinya dari e-comers tapi itu sih mbak tempat jual beli secara online tapi secra nasional maupun internasional. Karena e-comers itu bener bener ngaruh dan ngefek sih Almahdulilah juga KAMA berkat e-comers sendiri udah bisa export walaupun belum B2C tapi setidaknya dari e-comers sendiri itu KAMA sudah menjangkau secara luas enggak Cuma di Indonesia aja tetapi global ke dunia gitu sih
- Ayu : kalau selama ini dari pemanfaatan e-comers sendiri ada kendala enggak mbak mayang?
- Mbak : Kalau kendalanya sih Alhamdulillah belum ada kendala dan sangat membantu sekali. Kadang tiap bulan kita kan dapat pelaporan bahkan kita tau no HP dan alamat customer jadi itu sangat membantu sekali buat kita kalau kita ada produk baru atau apa jadi kita bisa follup lagi melalui e-comers maupun melalui broadcast tapi kalau kendalanya itu belum ada
- Mayang
- Ayu : Kalau yang pemanfaatan e-comers sendiri itu ada misal kayak kendala misal sistemnya atau kayak gimna gitu atau yang biasanya dipake itu apa mbak ?
- Mbak : Kalau Kita baru dua sih mbak Toko Pedia sama Shopee. Kadang ada juga dari costumernya pengen dipakai cepat atau pengen datang langsung itu pada nanya alamat dan biasanya berkunjung ke toko.
- Mayang
- Ayu : kalau dari rumah BUMN nya itu sendiri udah ada e-comers Padi?
- Mbak : o kalau di Padi UMKM kita belum pernah pecah toler
- Mayang
- Ayu : Berarti mbak tau soal Padi itu ?
- Mbak : kalau di Padi UMKM itu kita tau, udah bikin akun dan kita sudah berjualan disitu tapi kita kan kalau di Padi UMKM kan produk yang laku itu alat tulis sama pralatan kantor. Kalau untuk yang pakaian itu belum ada dan kita belum pernah closing di padi UMKM mungkin kendala di padi UMKM itu sendiri mungkin terkendala karena kita tidak bisa iklan atau naikin produk kan ya

mbak dan mereka belanja kebutuhan kantor bukan kebutuhan pribadi mereka jadi karena di rembrus dari kantor jadi mereka membeli kebutuhan yang dibutuhkan dari kantor sedangkan mungkin yang dibutuhkan kantor buat seragaman mereka juga belum tentu beli di Padi. Mungkin yang beli di Padi itu yang kecil kecil

- Ayu : sebelumnya mbak kenal Padi itu dari mana mbak ?
- Mbak : dari rumah BUMN itu sendiri jadi pelatihan Padi itu sendiri itu
- Mayang : kita diajarkan buat Padi UMKM sosialisasikan dan kita benar-benar dimentorin dari pembuaatan awal sampai akhir terus kita punya akun itu kemudian kita mulai berjualan tapi belum pernah *closing* . Kalau di Shopee TokoPedia khususnya mbak kita bisa naikan produk tapi kalau di Padi UMKM kita bisa naikin Produk dan hanya bisa cari aja nih karena memang dia butuh itu baru bisa cari tapi kita tidak bisa naikan produk untuk di pencarian paling awal gitu sih mbak. Jadi kalau di Padi UMKM itu kendalanya di situ sih mbak jadi produk yang laku hanya produk produk yang kecil- kecil ya kalau fashion sendiri jarang mungkin kalau makanan yang kayak snack snack itu kalau yang makanan kering itu belum ada. Karena di padi itu sendiri tiap bulan kita dikasih laporan produk yang paling banyak laku apa, yang banyak dicari apa jadi rata rata yang banyak dicari itu
- Ayu : jadi dari Padi nya itu sendiri memang ada laporan ya Mbak ? bukan Cuma barang yang kita laku apa tapi kita bisa tau nih pasaran yang lagi naik apa ?
- Mbak : iya mbak jadi rata rata tiap bulan itu saya buka emailnya ya itu
- Mayang : mbak alat tulis, kayak isi staples, pulpen, buku kayak gitu gitu sih. Terus snack pun kayak snack kayak galek terus snack-snack pup jadi bukan snack yang kemasan gitu mungkin karena esen kan mbak di daerah mana gitu yang dekat jangkauannya
- Ayu : kalau mbak dari awal proses daftarnya itu apakah ada proses kurasinya gitu ?
- Mbak : enggak jadi itu bisa semuanya langsung daftar bisa tapi cuma
- Mayang : agak beda ya mbak bedanya jadi kita suruh masukin kode kode jadi kita di pandu kalau di Padi. Karena ada verifikasinya agak lama dan supaya cepat kita dipandu dari tim nya langsung verifikasi biar tidak terlalu lama.
- Ayu : berarti gitu ya agak lama di verifikasinya tapi kemarin di bantu ?
- Mbak : iya karena kita ada pelatihannya kan
- Mayang
- Ayu : Sama Mbak Condro ya?
- Mbak : lupa saya online itu pokoknya mbak
- Mayang
- Ayu : Kalau dari Rumah BUMN itukan ada Instagram buat promosiin produk terus ada pameran juga nah apakah ada enggak sih mbak keterlibatan mbak kana da di tag itu apakah ada efeknya enggak sih mbak mungkin ada followers nanya apa customernya makin naik?

Mbak : kalau di penjualannya apa di rumah BUMN atau yang di RB
Mayang
Ayu : semuanya
Mbak : kalau untuk saat ini paling banyak yang berkunjung mbak.
Mayang : Maksudnya berkunjung itu banyak yang Kepoin karena kita udah di tag itu banyak yang berkunjung ke Instagram cuma kalau untuk penjualannya melalui Instagram belum ya tapi enggak tau kalau orang yang kepo terus berkunjungnya langsung ke Market Place kan kita kan enggak tau merka linknya dari mana hanya tau nama dan alamatnya tapi sejauh ini kalau setelah di tag itu ada yang berkunjung

Ayu : kalau motivasi Mbak Mayang mengikuti pembiaian UMKM itu sendiri apa mbak
Mbak : RB ya ?
Mayang
Ayu : Iya RB
Mbak : kalau pembinaan ikut ke RB itu pingin *upgrade* sih mbak jadi pingin nambah link, dalam arti enggak Cuma ke rumah BUMN sendiri tapi juga menambah teman dari UMKM itu sendiri. Mungkin dari situ kita bisa kolaborasi atau yang lainnya selain itu juga kita juga pingin dapat ilmu dan juga banyak banget pelatihan di RB yang dikasih secara gratis dan cuma-cuma mungkin kita ikut diluar kita bayar tapi kalau kita ikut di RB KITA dikasih gratis.

Ayu : Kalau ini Mbak dapet informasi update ada pelatihan ada ini itu dari mana mbak ?
Mbak : Karena kita udah join digrubnya di WA BUMN itukan kita di info sih mbak kalau ada pelatihan minggu ini pelatihan ini minggu depan ada pelatihan apa gitu sih mbak jadi kita selalu di update dari WA
Mayang

Ayu : Berarti ada alat komunikasi internalnya pake WA ya mbak ?
Mbak : iya karena kalau di Instagram juga di share cuma kadang kalau di Instagram kan enggak cuma secepat di WA kan ya mbak jadi kadang di Instagram itu udah tutup tapi kita bisa tau duluan dari WA karena kan kita RB sendirikan dibukanya buat masyarakat luas kan ya mbak masyarakat umum maksudnya enggak hanya untuk pelatihan sendiri masyarakat luas itu enggak hanya anggota RB umum yang belum join juga bisa
Mayang

Ayu : jadi keuntungan ikut WAG itu apa ?
Mbak : bisa lebih tau informasi terus juga bisa joint kan mbak
Mayang
Ayu : iya kemarin kan Cuma 15 saya iseng iseng nyoba di WAG kan saya kan enggak masuk dan saya nyoba di Instagram setelah dia upload 5 menit an udah close mungkin dari WAG ya ?

Mbak : iya mungkin udah penuh dari WAG tapi tetap di share di Instagram
Mayang
Ayu : di RB kana da link UMKM nah Mbak Mayang itu biasanya update enggak mbak mengenai akses akses

Mbak : Kalau di UMKM itu kan sebenarnya kita cuma bis tau sekor
Mayang : penilaian nya kan mbak nah usaha kita udah dimana nah kita kurangnya dimna. Nah di akhir itu ada jaring laba laba yang dimna itu ada SDM, penjualan dan lain lain nah itu kita bisa tau kurangnya ada di aspek mana gitu sih, yang selama ini saya gunakan dari link UMKM sama pendaftaran kayak kelas jadi sekarang semua pendaftaran melalui link UMKM tapi untuk yang lainnya itu link UMKM itu kita bisa tau kita ada di posisi mana

Ayu : Kalau dari jangka waktu dari anggota sampai sekarang ini mbak an ikut scoring itu tiap tiga bulan sekali kan ya mbak nah itu ada perubahan enggak ya ?

Mbak : Kalau itu saya tidak memperhatikan ya tapi kalau naik satu
Mayang : tingkat dua tingkat ada Cuma saya tidak memperhatikan scor saya sebelumnya berapa terus naik menjadi berapa itu enggak

Ayu : tapi setelah tau dari tingkat usahanya sendiri ada enggak sih buat mbaknya sendiri?

Mbak : ya ada sih memang kita kurangnya disitu sih jadi benar antara
Mayang : apa yang di keluarkan di link BUMN sama kondisi sebenarnya memang benar. Jadi kita masih kurangnya disini gitu

Ayu : jadi kegitana scoring itu membantu ya ?

Mbak : Iya membantu mba

Mayang :

Ayu : kalau dari pembinaan pelatihan pelatihan yang sudah mbak ikutin dari awal sampai sekarang itu sudah ada yang diterapin belum mbak ?

Mbak : Alhamdulillah udah mbak udah di beberapa udah terapin kaya
Mayang : kemarin ikut kelas foto juga udah diterapin terus ikut yang dari pemasaran juga udah diterapi, website juga udah karena sayakan berharap ikut pelatihan website dan gratis website kan mbak

Ayu : Kemarin kan ada ?

Mbak : Cuma enggak ada yang gratis mbak

Mayang :

Ayu : Berbayar ya ?

Mbak : iya kemarin kan yang gratis itu kan Hallo Sis ya itukan kalo
Mayang : Hallo Sis itu kan ngelinknya jadi market place nya dia jatuhnya kalau market place baru itukan enggak semua orang tau maksud saya kan website pribadi nah dari situ karena belum ada kelas dan kelamaan juga dan ilmu yang saya dapet dari situkan juga saya putuskan untuk beli sendiri

Ayu : sekarang berarti beli website sendiri ?

Mbak : udah

Mayang :

Ayu : Kalau dari UMKM itu sendiri dukungan yang diberikan dari kegiatan di RB itu sendiri itu apa bentuknya

Mbak : kalau kita dukungannya aktif sih mbak kita tiap RB ada acara
Mayang : apa kita ikut, misal RB ada acara apa kita minta tolong ke kita kita selalu bantu. Jadi kita saling bantu ke sesama yang lain lah

jadi kita juga mebanu apa apa kita juga bantu. Jadi kita juga aktiflah

- Ayu : jadi dukungannya dalam bentuk ke aktifan ya
- Mbak : iya ke aktifan kadang RB kan juga butuhnya mendadak ya
- Mayang : enggak jauh jauh hari jadi kita ya juga harus aktif karena kita merasa di bantu RB jadi kita bantu balik lah RB juga lagi butuh ni
- Ayu : kalo dari pelatihan soal plat form digital, e-comers gitu itu membantu enggak mbak dari proses naik tingkat dari scorig itu ?
- Mbak : sangat membantu mbak karena kita dapat membenahi aspek nilai
- Mayang : yang rendah apa dan kita benahi gitu



TRANSKIP WAWANCARA UMKM

A. Jadwal Wawancara

Tempat : Zoom Meeting

Tanggal : Jumat, 17 Juni 2022

Waktu : 18.45- 19.55

Durasi : 32.37 menit

B. Identitas Informan

Nama : Sofyani Mirah

Jenis kelamin : Perempuan

Usia :

Pendidikan terakhir :

Pekerjaan : Wiraswasta

Nama Usaha : Bananania/CV Cariza Khansa Pratama

Alamat : Perumahan Candi Indah blok H no 14d

Wedomartani Ngemplak Sleman Yogyakarta

Ayu : Mungkin untuk yang pertama kali ibu bisa memperkenalkan diri ibu, usaha ibu, mengapa memilih usaha tersebut dan menceritakan rutinitas kegiatan ibu sehari-hari.

B Sofy : Oke, sebelumnya ini saya cerita dulu ya tentang Bananania. Jadi Bananania itu sendiri ada mulai tahun 2019, jadi kami berdiri tahun 2019.

Kenapa pisang ya? Kenapa saya nggak memilih usaha yang lain ya? Karena pisang itu sendiri banyak banget ya mbak, bahan bakunya luar biasa melimpah. Indonesia adalah produsen nomor 3 terbesar di dunia tentang pisang ini, nomor satu adalah India, nomor dua Cina dan nomor tiga itu Indonesia. Jadi saya disini tidak akan kekurangan bahan baku lah ya untuk memproduksi pisang itu sendiri. Nah, dulu awal-awal kami usaha yang paling gampang produk pisang itu apa (?) keripik yakan. Banyak sekali keripik-keripik dimana mana, itu yang paling familiar dulu ya paling monor satu yang ada didalam pikiran saya itu. Akhirnya setelah saya merasa artinya merasa berjalan dengan keripik ini kami mulai inovasi membuat produk-produk yang lain dengan pisang juga. Akhirnya sampai sekarang kami punya beberapa produk yang bahan bakunya tetap pisang, tapi kami membuat inovasi disitu. Jadi produk kedua kami setelah kripik pisang adalah Granola pisang. Pernah tau ya?

Ayu : Iya ibu, pernah liat di mirota, swalayan sama di indomaret bu.

B Sofy : Iya betul, sudah sering liat ya.

Trus yang ketiga itu kami ngembangin tepung pisang sekarang. Tepung pisang itu kan salah satu alternatif tepung non gluten asli Indonesia. Selama ini kita yang familiar banget kenal tepung terigu,

yang mana tepung terigu ini import gitu ya trus dia mengandung gluten gitu ya.

Saya coba membuat tepung pisang yang non gluten, yang sehat yang asli Indonesia. Kalau pun suatu saat kita tidak bisa mengimport lagi tepung terigu, kita bisa lo produksi sendiri. Nah produk yang terakhir, saya tahun 2019 memproduksi keripik pisang, tahun 2020 mulai dengan granola 2021 mulai dengan tepung pisang dan akhirnya di tahun 2021 kita bingung.

Bukan bingung sih. Tapi banyak yang nanya “Mbak tepung pisang itu buat apa sih?” karena belum terlalu familiar kan.

Saya bilang “Bisa dibikin kue, cookies” tapi kan Cuma ngomong doang. Akhirnya saya punya ide untuk memproduksi cookies granola. Jadi sekarang produk terbaru kami cookies granola. Kemarin laris banget lo, Mas Uki pesen sampek 50 toples, mas Uki. Ini produk baru banget, kemarin sebelum lebaran kami baru launching.

Tapi ternyata respon pasarnya luar biasa, jadi memang banyak yang suka granola pisang. Yang pertama satu beda dengan yang lain, karena di cookies non gluten kami itu adalah kombinasi antara tepung pisang dan granola. Jadi, didalamnya tetap saya kasih granola gitu. Untuk sarapan walaupun orang-orang ga sempet pakek granola yang harus pakek susu atau apa itu dengan cookies dicamil aja udah sehat, itu produk kami yang terakhir. Gitu sih

Ayu : Itu soal awal berdirinya usaha ya bu ya. Kalau tau Rumah BUMN ini mulai kapan dan dari siapa ya bu?

B Sofy : Sebetulnya saya kenal Rumah BUMN itu belum lama lo. Malahan temen-temen duluan yang lebih tau Rumah BUMN. Jadi saya tahun 2021 seinget saya, itupun karena waktu itu ada BRIncubator, kebetulan saya ikut. “Loh kok ada Rumah BUMN?” akhirnya saya tau, saya mulai cari tau dari temen yang sudah jadi anggota di situ “Rumah BUMN itu apa to?”. “Oh gini...gini..gitu, bisa pelatihan dia” ohh iya. Saya dikasih kontaknya mba Condro, trus saya kontak Mba Condro trus saya bilang “Mba Condro saya tau Rumah BUMN dari ini inini... prodak saya ini...inii...ini” akhirnya mba Condro tertarik dengan Granola waktu itu, waktu itu saya dikurasi ya, saya kasih keripik pisang, granola dan belom punya cookies ya waktu itu. Baru ada rencana bikin tepung pisang dan baru di tahun 2021 kami bikin. Trus akhirnya saya masuk di grupnya Rumah BUMN sampai sekarang.

Ayu : Selama menjadi anggota Rumah BUMN sudah mengikuti pelatihan apa saja?

B Sofy : Saya sudah berapa kali ikut, saya pernah ikut pelatihan tentang ekpor, pelatihan foto prodak, saya juga pernah ikut pelatihan tentang e-commerce. Terus apa lagi ya? Mau datang di pelatihan hampers dan make up tapi saya ga bisa datang waktu itu, sudah dimasukkan ke grup tapi bebarengan dengan yang lain. Kebetulan yang lain ini undangan dari Kementerian jadi saya mohon maaf ke Mba Condro kalau saya tidak bisa. Intinya ada undangan yang lebih penting, kalau

di Rumah BUMN kan kapan lagi masih ada. Kalau kementerian kan kesempatan, trus saya pernah dapat fasilitasi halal dari Rumah BUMN trus sama SKKNI (Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia) dari BRI.

- Ayu : Bagaimana proses pengajuan halalnya?
- B Sofy : Waktu itu di share di grup, biasa kan ada acara apa dishare. Ini ada fasilitasi halal siapa yang mau dibutuhkan sekian UMKM. Ya udah saya daftar aja waktu itu, soalnya tepung saya kan belum punya halal waktu itu. Trus saya daftar dengan tepung saya itu. Allhamdulillah dapat sertifikasi halal dari Rumah BUMN itu.
- Ayu : Bagaimana cara anda memahami platform *e-commerce* saat ini dalam membantu usaha ibu?
- B Sofy : Sebetulnya, kalau untuk usaha saya saat ini 80% offline ya. Kalau untuk onlinenya belum banyak. Kalau *e-commerce* itu hampir semua *e-commerce* lo saya ikuti ada Shopee, Tokopedia, Blibli, Bukalapak, Evermos, ada Blazz, ada Yuktukoni, ada Inaexport, ada PaDi apa lagi ya? Hampir semua saya ada, Cuma memang saya ga tau ya apakah kurang hemm saya nggak ngerti ya. Apaah harus ada ads, dulu saya pernah ada ads itu laris, tapi setelah nggak ada saya capek untuk bikin setiap hari ads ads terus. Sekarang ya memang menurun, ya karena memang *e-commerce* itu menurut saya perang harga ya. Jadi, beda Rp 100 aja langsung pindah, iya kan?.
Jadi, saya nggak terlalu ini ya sama *e-commerce*?
- Ayu : Apakah ada kesulitan dalam mengelola platform *e-commerce*?
- B Sofy : Sebetulnya ga ada kesulitan, tapi kenapa ya kalau kita pengen dilihat harus ada ads? Hemm ya kerena mereka juga butuh duit si yaa.
Jadi kita kayak kita itu bakar uang gitu mbak, makanya kalau kita banyak bakar uang ya dapatnya banyak tapi kadang-kadang nggak sebanding. Nggak sebanding antara uang yang saya keluarkan untuk ads sama uang yang saya dapat. Jadi lama-lama saya cepek, sekarang udah nggak pernah ads lagi walaupun masih banyak yang order. Order masih ada terus, tapi tidak segenyar kalo saya ads.
- Ayu : Apakah Rumah BUMN membantu pemasaran produk UMKM anda melalui platform *e-commerce* mereka?
- B Sofy : Saya malah nggak tau e, mereka ada Shopee ya?
- Ayu : Ada bu, kebetulan waktu itu saya magang bagian admin *e-commerce* Rumah BUMN.
- B Sofy : Atau yang dijual yang ada di Rumah BUMN ya? Karena saya kan sering restock disana. Ohhh begitu ya. Karena saya sendiri terus terang nggak ngerti itu dijual dimana, saya pikir ya dijual disitu-situ aja. Toko di bawah itu.
- Ayu : Bagaimana kegiatan pembinaan *e-commerce* oleh Rumah BUMN? Apakah pernah dibantu proses nya? Smeisal PaDi
- B Sofy : Kalau PaDi kebetulan saya dapatnya nggak dari Rumah BUMN dari tempat lain. Kalau yang saya ikut di Rumah BUMN itu foto produk ya kita bener-bener praktek bagaimana cara cari engel yang baik, pencahayaan dan seperi itu. Menurut saya pelatihan yang ada di Rumah BUMN ini sebetulnya menyennagkan ya mbak, dan

beberapa bener-bener membutuhkan. Contohnya make up, pelatihan make up kita kan diajar sama MUA. Didatangkan MUA dari sekolah kecantikan, nah itu kan kalo kita sendiri coba bayarnya berapa aja. waktu itu saya kan nggak bisa ngikuti jadi saya minta ke Mba Condro. “Mba Condro saya minta dong kelas ini”. “Oh baik bu, tapi bu Sofy minimal bawa peserta 10 orang” wahh gampang kalo itu. Jadi saya sudah daftarin itu, malah 15 orang ini yang daftar. Malah sama mba Condro ini dijadwalkan nanti hari awal-awal Juli kita mulai pelatihan. Saya bawa grup saya, saya minta kelas make up.

Terus terangnya gini ya mbak, saya ga biasa dandan. UMKM itu juga ga biasa dandan tapi tau-tau tiba-tiba kita disuruh ngomong di depan, disuruh ngisi pelatihan kan kadang-kadang kan butuh banget hal-hal yang kayak gitu.sangat menarik, makanya saya minta kelas khusus untuk kelompok saya. Dan itu dibolehin...dibolehin dan difasilitasi. Iya mba nanti tak panggilkan gurunya, asalkan nyiapin orangnya. Ya kan seneng Cuma nyiapin orang aja, mereka yang nyari guru.

Kalau diluar itu udah berapa belum lagi nyiapin alat-alatnya. Kalo kayak gitukan udah disiapkan sama gurunya dan udah langsung praktek sama make up gurunya. Dan kita juga bawa alat sendiri, kalau alat kan udah biasa kalau gitu. Menarik seklai ya pokokny gitu. Temen-temen saya ya banyak yang seneng, temen-temen saya itu tak suruh daftar kalau mau ikut pelatihan di Rumah BUMN.

Ayu : Apakah kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh Rumah BUMN membantu UMKM?

B Sofy : Membantu,banyak membantu. Saya sering melihat banyak pelatihan di Rumah BUMN. Hampir setiap hari itu di share pelatihan di grup kami, karena kalau memang perlu untuk kami saya pasti daftar. Karena itupun nanti semua kan harus saya praktekan kan untuk kemajuan bisnis.

Kalau semisal saya nggak praktekan ya buat apa? Mending ya ngasih kesempatan untuk yang lain.

Ayu : Apakah setelah mengikuti pelatihan dipraktikkan dalam kegiatan usaha?

B Sofy : Wohh iya pasti itu. Kayak foto prodak, misalnya kemarin pelatihan foto prodak ya langsung saya praktekan. Foto prodak itu ternyata bagusnya kalo foto mulai dari jam 09.00, kalau sore dari jam 15.00 stop nya jam 17.00.

Itukan tadinya nggak ngerti, harus ada sinyal dari sini, harus ditutupin pakek apa lah itu untuk nutupin sinar kalau terlalu terang. Kalau seperti itukan jadi tau dari tadinya nggak tau. Semacam itu si mbak

Ayu : Pelatihan e-commerce

B Sofy : Kalau dari Rumah BUMN belum pernah ikut, karena saya sudah ada pembinaan langsung dari Shopeenya, dari Tokopedianya, dari Bliablinya. Langung, kami langsung dibikin grup semisal ada kesulitan itu langsung nanya. Sejauh ini kalau pelatihan Shopee, Tokopedia dari Rumah BUMN belum pernah ikut. Gitu

Ayu : Motivasi

B Sofy : Ya intinya, saya ingin dapat link yang lebih ya nomor satu itu. Nomor 2 karena saya tau Rumah BUMN banyak memberikan fasilitas kemarin ini prodak kami dibawa ke Mexico. Jadi adapameran disana, diharapkan setelah pameran ada feedbacknya entah itu order atau apa. Memang kemarin itu dikurasi ya dari banyak UMKM hanya masuk berapa ya, nggak banyak kok. Coba nanti tanya mas Uki atau mba Condro yang lebih tau. Kalau nggak salah 30 UMKM yang lolos kurasi dan itu di seluruh ga dari Jogja dari mana-mana itu kemarin. Dari Rumah BUMN Rumah BUMN mana mana gitu. Jadi link, pelatihan juga menyenangkan trus orang-orang di Rumah BUMN itu apa ya juga menyenangkanlah baik baik semua lah ya.

Misalkan mas Uki nih ya bilang “Bu Sofy kalau mau ada pelatihan apa gitu bilang aja, nanti kami carikan gurunya. Misalkan pengin latihan keuangan misalkan bisa nyediain minimal 20 orang nanti tak carikan gurunya.”

Itu kan kita bener-bener dimudahkan gitu, semisal kita butuh apa mereka sediakan. Kita butuh ini mereka udah tau. Dan juga Rumah BUMN ini boleh banget kita pinjem, jadi kemarin ada kurasi ke Jepang. Kebetulan yang jadi kuratornya itu temen saya trus dia bilang “Mbak aku butuh tempat untuk kurasi kira-kira buat 20 orang *ngone endi yo sing enak*, mana ya mbak?” trus aku bilang “*Gelem a mbak neng Rumah BUMN?*”.

Trus saya nembusi mas Uki, “Boleh ga ya mas?” mas Uki bilang “oh iya buk boleh” kan kita jadi punya tempat. Tadinya kita harus ke restoran harus bayar mahal, harus bayar pesenan makan. Kalau disitu (Rumah BUMN) kan nggak, begitu. Jadi banyak membantu UMKM lah.

Ayu : Apakah ibuk tau soal skoring UMKM

B Sofy : Iya tau tau, saya udah sering update 2 atau 3 kali walaupun nggak setiap bulan sih. Tapi saya beberapa kali update sih, kalau kayak kelompok bisnisnya disaya itu masuk ke modern. Kan ada pengelompokan-pengelompokan gitu ya mbak, cuman saya lupa masuk modern-modern apa gitu. Berbentuk jaring-jaring gitu.

Ayu : Apakah skoring membantu dalam kegiatan usaha?

B Sofy : Iya, jadi dari skoring itu kita jadi tau ya ternyata bisnis yang saya jalankan sekarang dengan sistim saya termasuk kedalam kelompok A, kalau semisal ada perkembangan lagi masuk ke dalam kelompok B, jadi perkembangan usaha bisa dilihat dari situ.

Ayu : Pemanfaatan proses usaha naik kelas

B Sofy : Jelas ya, artinya gini mbak jaman sekarang jaman teknologi apalagi dengan adanya pandemi COVID-19 kemarin. Itu benar-benar membuka mata UMKM lah ya, artinya dulu kita nyaman di offline trus tiba-tiba ada pembatasan orang-orang nggak boleh pergi, otomatis yang di offline pada mendek semua kan ya otomatis. Mau nggak mau kita (UMKM) berpikiran aduh bagaimana ya ini, ya jalan satu-satunya ya online lah. Akhirnya berbondong-bondong orang beralih ke online, ke e-commerce. Sekarang perkembangan e-

commerce sudah kuar biasa, iya kan sekarang perkembangan teknologi digital sangat luar biasa. Kita sebagai UMKM mau nggak mau ya harus mau, artinya bisa mempelajari dna harus bisa mengikuti. Jangan sampe kita ketinggalan, kalau ga mau mengikuti ya kita bakal ketinggalan yang lain gitu.

Ayu :
B Sofy

Dukungan ke Rumah BUMN ya kalau ada pelatihan yang baik ya kita ikut itu sudah salah satu dukungan ya. Kita ikut dan mempraktekkannya, jangan Cuma pelatihan ikut bubar abis ilag ilmunya tidak dipraktekkan kita nggak ngerti musti gimana. Maknaya apa ya banyak orang yang memandang Bananania itu baru dari 2019, tapi kok udah begini, begitu lah saya kan kalau dapat ilmu mesti tak praktekkan. Nah kalian ya gimana gitu? Kadang kan ada trus ilang. Apalagi kalau pelatihan dari kementerian, dinas itu kan dapat duit. Mereka kan pelatihan sini, pelatihan sana, nginep apa tapi nggak ada yang didapat. Kadang Cuma seneg ikut-ikutnya doang gitu, yang jadi kunci sebenarnya bagaimana pelatihan yang sudah didapat itu dipraktekkan.

