

Kontribusi PT. TELKOM dalam Pengembangan UMKM Perkotaan di Kota Yogyakarta

Cika Fauziah¹, Tri Kuntoro Priyambodo², Sri Rum Giyarsih³

¹Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada

²Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Gadjah Mada,

³Fakultas Geografi Universitas Gadjah Mada

Direvisi: 2019-01-03. Diterima: 2019-09-2

©2019 Fakultas Geografi UGM dan Ikatan Geograf Indonesia (IGI)

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi PT. Telkom dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah perkotaan dan implikasinya terhadap ketahanan wirausaha ekonomi pemuda. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan reduksi data, kategorisasi, *display* data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Telkom telah berkontribusi terhadap pengembangan UMKM perkotaan yaitu : memberikan informasi secara cepat, memberikan akses pasar melalui pameran/promosi, memberikan jangkauan pelayanan yang luas, dan memberikan akses untuk peluang bisnis. Penelitian ini juga menemukan bahwa UMKM perkotaan berimplikasi untuk meningkatkan ketahanan wirausaha ekonomi pemuda dalam hal : memiliki jiwa kreatif dan pantang menyerah, memiliki daya saing yang tinggi, meningkatnya kemandirian ekonomi pemuda, meningkatnya kesempatan kerja, bertambah majunya usaha yang ditekuni pelaku UMKM perkotaan, dan meningkatnya keterampilan pemasaran online pelaku UMKM perkotaan.

Kata Kunci: PT. Telkom, UMKM perkotaan, smartbusiness, ketahanan wirausaha, ekonomi pemuda

Abstract *This study aimed to determine the contributions of PT. Telkom to the development of urban Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) and their implications in the entrepreneurial resilience of youth economy. This qualitative descriptive research employed in-depth interview, observation, and documentation for data acquisition. The data analysis involved several steps, namely data reduction, categorization, display, and conclusion. The results affirmed several contributions of PT. Telkom to the development of urban MSMEs, namely the provisions of : quick information, access to market through exhibition/promotion, a wide range of services, and access to business opportunities. This research also found that the urban MSMEs had implications in the entrepreneurial resilience of youth economy. For instance, the application has successfully increased creativity and tenacity, high competitiveness, economic independence, job opportunities by improving the business run by the urban MSMEs, and the online marketing skills of the urban MSMEs.*

Keywords: PT. Telkom, urban MSMEs, smart business, entrepreneurial resilience, youth economy

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini semakin pesat ke arah serba digital (Muhtarom, 2016; Mendling, 2017). Era digital telah membuat manusia memasuki gaya hidup baru. Produk-produk baru bermunculan, toko-toko online, media berita, foto digital, musik dan jasa-jasa lainnya, semua serba digital. Semakin canggihnya teknologi digital masa kini membuat perubahan besar terhadap dunia (Kasali, 2013). Biaya untuk transaksi bisnis yang lebih murah, peraturan pemerintah dalam bisnis global, dan peningkatan infrastruktur komunikasi di berbagai negara telah mendukung berbagai praktik kehidupan (Peratalo dan Ahokangas, 2018). Berbagai kalangan telah dimudahkan dalam mengakses suatu informasi melalui banyak cara, serta dapat menikmati fasilitas dari teknologi digital dengan bebas dan terkendali (Busquets, 2010; Leavy, 2019). Oleh karena itu, globalisasi akan membawa perekonomian nasional makin terintegrasi ke dalam perekonomian dunia bisnis (Pau, 2012;

Isnida, 2014; Pau, 2014; Perrin, 2016). Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi di zaman modern ini sangat dibutuhkan manusia, bahkan manusia cenderung bergantung kepada teknologi. Mulai dari lingkungan rumah tangga hingga perusahaan berskala kecil dan besar sudah menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (Van Hack dan Vervest, 2009; Fauziah, 2010).

Menurut Aprilia (2010) disebutkan bahwa ketahanan ekonomi nasional merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan dan dijalankan oleh setiap negara. Dalam mewujudkan ketahanan nasional, khususnya dalam bidang ekonomi Indonesia harus melibatkan semua elemen yang ada, salah satunya adalah pemuda. Menurut Ramelan (2008) di tengah-tengah iklim globalisasi yang bermuara pada pasar bebas, maka pemuda sebagai generasi penerus bangsa perlu didorong untuk meningkatkan daya produktivitas ekonomi, sehingga mampu bersaing dalam kompetisi tersebut. Tanpa

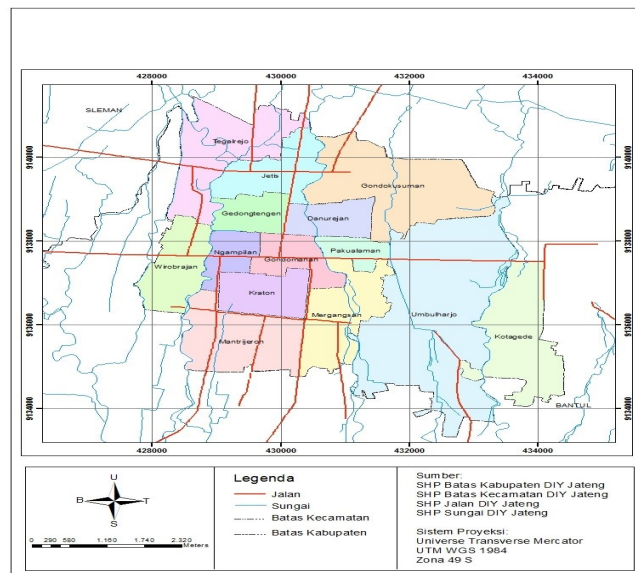
adanya produktivitas kemandirian ekonomi, maka pemuda hanya akan menjadi konsumen, bukan produsen (Fatimah, 2016).

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia mempunyai peran strategis di dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM terbukti mampu menghadapi krisis ekonomi global yang imbasnya masih berlangsung hingga sekarang (Dhamayantie dan Fauzan, 2017; Astuti dan Wahyuni, 2018; Putri dan Yasa, 2018; Diran et al, 2019). Meski demikian, masih banyak UMKM di Indonesia yang belum memanfaatkan teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) secara maksimal (Widyastutik dkk, 2010; Wiagustini dkk, 2014). Sebagian besar di antara mereka masih bersifat konvensional (Syuhada dkk, 2014; Santosa dkk, 2015; Makmur, 2016; Siswanto et al, 2018). Suyanto (2005) memberikan pendapat mengenai hal positif yang dapat diperoleh dengan memanfaatkan jaringan internet dalam mengembangkan usaha yaitu: dapat mempertinggi promosi produk dan layanan melalui kontak langsung kaya informasi, dan interaktif dengan pelanggan, menciptakan satu saluran distribusi bagi produk yang ada, biaya pengiriman informasi ke pelanggan lebih hemat jika dibandingkan dengan paket atau jasa pos, waktu yang dibutuhkan untuk menerima atau mengirim informasi sangat singkat, hanya dalam hitungan menit atau bahkan detik (Jingye dan Takehiro, 2018).

Salah satu kunci keberhasilan UMKM adalah tersedianya pasar yang jelas bagi produk UMKM khususnya bagi pemuda. Aplikasi *smartbusiness* hadir di tengah-tengah pelaku UMKM untuk tumbuh bersama bisnis memberikan solusi bagi pelaku UMKM dan mengelola bisnis yang smart khususnya di Kota Yogyakarta. *Smartbusiness* memberikan solusi bagi pelaku UMKM perkotaan yang ingin mengembangkan atau memulai bisnis. Mengelola bisnis yang smart adalah awal dari langkah nyata untuk bersaing di era yang semakin modern, dimana *goes digital* adalah salah satu kunci keberhasilannya (Smartbusiness.co.id, 2017).

Yogyakarta sebagai kota pelajar jelas sangat mendukung infrastruktur sebuah tim kreatif yang mencoba berkarya dalam bidang apapun. Banyaknya universitas berkualitas di Kota Yogyakarta telah melahirkan banyak wirausaha muda yang mendirikan bisnis. Kota Yogyakarta terbukti dapat menjadi salah satu kota dengan perkembangan teknologi terbaik di Indonesia (Fahmi, 2014). Kini tidak heran banyak pemuda dan mahasiswa yang berasal dari Kota Yogyakarta telah menghasilkan karya baru dan *star up* bermunculan dengan inovasi dan kreativitas yang luar biasa.

Sejauh pengetahuan peneliti selama ini belum ada penelitian yang khusus membahas tentang kontribusi PT. Telkom melalui aplikasi *smartbusiness* dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) perkotaan di Kota Yogyakarta dan implikasi UMKM perkotaan yang tergabung *smartbusiness* dalam ketahanan wirausaha



Gambar 1. Peta Admisistrasi Kota Yogyakarta

ekonomi pemuda. Dengan latar belakang demikian maka penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah : (1) untuk mengetahui kontribusi PT. Telkom dalam pengembangan UMKM perkotaan melalui aplikasi *smartbusiness* di Kota Yogyakarta, dan (2) untuk mengetahui implikasi pengembangan UMKM perkotaan melalui aplikasi *smartbusiness* terhadap ketahanan wirausaha ekonomi pemuda.

Penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta yang secara administrasi termasuk bagian wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (Lihat Gambar 1).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif dipilih dengan pertimbangan metode tersebut mampu memberikan pemahaman yang mendalam tentang fenomena tertentu (Cholid dan Ahmadi, 2010). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan terhadap tiga orang pengelola PKBL CDC PT. Telkom Witel Yogyakarta dan empat pemuda yang mempunyai UMKM perkotaan dan tergabung dengan *smartbisnis* yang dipilih dengan metode purposif. Adapun teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan tahap tahap : reduksi data, kategorisasi, display data, dan penarikan kesimpulan (Moleong, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kontribusi PT. Telkom Dalam Pengembangan UMKM Perkotaan Melalui Aplikasi *Smartbisnis*

Penelitian ini menemukan bahwa hadirnya aplikasi *smartbusiness* yang dilakukan oleh PT. Telkom telah memberikan pengaruh yang positif dan bermanfaat khususnya bagi pemuda pelaku UMKM perkotaan di Kota Yogyakarta. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Julisar (2013) yang mengungkapkan terdapatnya beberapa keuntungan yang dapat diperoleh pelaku bsnis ketika

memanfaatkan jaringan internet dalam mengembangkan usaha yaitu : dapat mempertinggi promosi produk dan layanan melalui kontak langsung, kaya informasi, dan interaktif dengan pelanggan, menciptakan satu saluran distribusi bagi produk yang ada, biaya pengiriman informasi ke pelanggan lebih hemat jika dibandingkan dengan paket atau jasa pos, dan waktu yang dibutuhkan untuk menerima atau mengirim informasi sangat singkat hanya dalam hitungan menit atau bahkan detik.

Kontribusi PT. Telkom melalui smartbusiness dalam pengembangan UMKM perkotaan mampu memberi akses informasi yang cepat. Menurut Gunadi dan Djony (2013) dijelaskan bahwa kontribusi PT. Telkom tersebut adalah pemberian atau ikut andil dalam suatu kegiatan baik berupa informasi, ide-ide, tenaga, demi untuk mencapai sesuatu yang direncanakan. Saat ini UMKM masih tumbuh secara tradisioal dalam bersaing secara global. Untuk menghadapi kondisi yang semakin kompleks, maka pelaku UMKM harus *update* informasi terkait bisnis supaya tidak ketinggalan perkembangan. Smartbusiness memberikan banyak fitur dan fasilitas informasi-informasi terkait bisnis, solusi bisnis, tips-tips sukses dan informasi lainnya (Smartbusiness.co.id, 2017). Selain itu, kegiatan pelatihan penguasaan teknologi informasi ini memberikan dampak yang luar biasa bagi pelaku UMKM perkotaan yang masih awam terhadap internet. Salah satu informan sebagai pelaku UMKM perkotaan di Kota Yogyakarta mengungkapkan bahwa pelatihan ini sangat dinanti-nantikan oleh para pemuda pelaku UMKM perkotaan di Kota Yogyakarta yang tergolong masih baru dan belum bisa menggunakan internet. Hal ini diperkuat lagi oleh Staff Officer PT. Telkom Yogyakarta dengan pernyataan berikut ini.

“Sebelumnya belum mengenal dengan teknologi digital atau internet, saat ini pelaku UMKM menjadi paham dalam penggunaan media sosial dan mengetahui cara mendapatkan informasi seputar bisnis melalui aplikasi smartbisnis”(Informan B, hasil wawancara tanggal 25 Januari 2018).

Penelitian ini juga menemukan bahwa PT. Telkom telah memberikan kontribusi dalam pengembangan UMKM perkotaan melalui aplikasi smartbusiness dengan cara memberi akses pasar melalui pameran/promosi. Pemasaran produk menjadi sesuatu hal harus diperhatikan. Peningkatan kualitas layanan bagi konsumen juga dilakukan oleh para pelaku UMKM perkotaan yang tergabung dalam smartbusiness. Menurut Ward (2012) dinyatakan bahwa kualitas dapat dipandang secara luas sebagai keunggulan atau keistimewaan dan dapat didefinisikan sebagai penyampaian layanan relatif istimewa terhadap harapan pelanggan. Hal ini sesuai dengan penuturan Haroen (2014) yang menyebutkan bahwa apabila perusahaan melakukan hal yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka berarti perusahaan

tersebut tidak memberikan kualitas layanan yang baik. Temuan dalam penelitian ini juga diperkuat oleh pernyataan informan A yang menyatakan bahwa aplikasi smartbusiness memberikan fasilitas bagi pemuda pelaku UMKM perkotaan dalam mempromosikan produknya yang terdiri dari barang dan jasa. Melalui aplikasi tersebut pemuda pelaku UMKM perkotaan dapat melakukan transaksi jual beli *online* seperti halnya dengan *e-commerce* lainnya. Asisten Manajer PT. Telkom Witel Yogyakarta menyatakan bahwa:

“Penggunaan e-commerce dapat meningkatkan efisiensi biaya dan produktifitas perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam bersaing” (Informan C, wawancara tanggal 25 Januari 2018).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hadirnya PT. Telkom dapat memberikan kontribusi cukup besar terhadap pengembangan UMKM perkotaan melalui promosi atau pameran.

Temuan penelitian yang lain adalah bahwa PT. Telkom juga berkontribusi dalam pengembangan UMKM perkotaan melalui aplikasi smartbusiness dengan cara memberi jangkauan pemasaran yang lebih luas. Pelaku UMKM biasanya kesulitan ketika memulai usaha mengurus berbagai hal, seperti mengurus : (1)izin prinsip (permodalan dan perizinan hukum, badan usaha), (2)izin operasional (produksi, izin edar/perdagangan), (3)pajak, (4) perlindungan merk dagang, (5)keikutsertaan tender, dan (6) standar produk dari kesehatan. Hal tersebut mendorong smartbusiness memberikan kegiatan pembinaan, pelatihan, relasi dan pendampingan bagi pelaku UMKM yang sudah tergabung, sehingga pelaku UMKM perkotaan dapat optimis dalam mengembangkan usahanya sehingga lebih maju dan berkembang. Kegiatan tersebut bermaksud untuk menjadikan pelaku UMKM perkotaan dapat bersaing global dan pelaku UMKM perkotaan tidak ketinggalan zaman untuk mendapatkan informasi. Dengan demikian PT. Telkom dapat memberikan kontribusi yang cukup besar bagi pelaku UMKM perkotaan di Kota Yogyakarta yaitu mempermudah jangkauan bagi usaha pemula.

Temuan penelitian yang lain adalah bahwa PT. Telkom juga mampu berkontribusi dalam pengembangan UMKM perkotaan melalui aplikasi smartbusiness dengan cara memberi akses peluang bisnis bagi para pelaku UMKM perkotaan. Secara umum pengusaha muda untuk mendirikan usaha mereka mengawali dengan modal sendiri seadanya. Melihat fakta empiris bahwa modal merupakan salah satu cara meningkatkan usaha bagi pemula, smartbusiness hadir memberikan banyak fasilitas untuk mempermudah mendapatkan peluang bisnis khususnya para pemuda yaitu pinjaman modal usaha hingga 75 juta rupiah dengan mudah dan proses yang cepat. Menurut Sutarman (2012) menyatakan bahwa tujuan teknologi informasi adalah untuk

memecahkan masalah, membuka kreativitas, meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan. Bantuan modal usaha dapat diperoleh oleh semua kalangan yang sudah tergabung dalam aplikasi smartbusiness. Hal ini diperkuat oleh salah satu informan sebagai pemuda pelaku UMKM perkotaan di Kota Yogyakarta yang tergabung dalam smartbusiness berikut ini.

“Saat ini sekarang serba online dan internet, jadi dengan jarak jauh saja bisa ikut bergabung dengan smartbisnis tanpa harus datang ke lokasi (Informan D, wawancara tanggal 17 Maret 2018).

Hal ini menjadikan para pelaku UMKM perkotaan tertarik untuk ikut bergabung dengan smartbusiness karena tidak ada bunga berjalan sehingga dapat meringankan bagi pelaku UMKM perkotaan. Temuan dalam penelitian ini membuktikan bahwa PT. Telkom dapat memberi kontribusi dalam pengembangan UMKM perkotaan melalui aplikasi smartbusiness.

Kendala dan Capaian Pengembangan UMKM Perkotaan yang Tergabung Aplikasi Smartbusiness

Kendala-kendala yang dihadapi oleh PT. Telkom dalam pengembangan UMKM perkotaan melalui aplikasi smartbusiness di Kota Yogyakarta, yaitu: *pertama*, pelaku UMKM perkotaan di Kota Yogyakarta belum semua dapat bergabung dalam aplikasi smartbusiness, karena aplikasi smartbusiness ini masih tergolong baru, sehingga pelaku UMKM masih belum banyak yang mengetahui keberadaannya. *Kedua*, pelaku UMKM perkotaan yang bergabung dalam aplikasi smartbusiness ini hanya merupakan sebagian pelaku UMKM perkotaan yang dapat menggunakan internet, karena yang bergabung dalam smartbusiness ini tidak hanya pemuda, melainkan semua kalangan dan kebanyakan adalah pelaku UMKM perkotaan yang masih awam dalam pengetahuan internet seperti yang diungkapkan oleh Asisten Manager CDC berikut ini.

“Karena aplikasi ini kan masih tergolong baru dan masih banyak yang perlu dibenahi, namanya juga masih rintisan. Artinya masih ada proses panjang yang harus ditempuh dan ini tentu memerlukan kerjasama dari berbagai pihak” (Informan C, wawancara tanggal 25 Januari 2018).

Ketiga, laporan perkembangan UMKM perkotaan yang diterima oleh pihak PT. Telkom masih kurang *update*. *Keempat*, masih belum optimalnya dalam cara pembayaran angsuran pinjaman modal usaha. Temuan dalam penelitian ini diperkuat oleh Asisten Manager CDC PT. Telkom yang memberikan pernyataan berikut ini.

“Kalau kendalanya terkadang semua pelaku UMKM tidak bisa melaporkan hasil usahanya untuk perkembangan, ya kita masih pantau kadang melalui via

telpon saja, ya terkadang kita juga langsung ke tempat usahanya tetapi tidak terjadwalkan mbak” (Informan C, wawancara tanggal 25 Januari 2018).

Pernyataan salah satu informan yang merupakan pemuda pelaku UMKM perkotaan berikut ini juga memperkuat temuan dalam penelitian ini.

“Kalau yang kemaren sempat bingung itu, sistem pembayaran. Jadi kalau dulu sistem dari awal itu kan kita masukan ke Bank Mandiri karena itu kan kerja sama dengan Bank Mandiri lalu dipotong. Terus ada edaran kalau gak salah kita melakukan pembyaran secara manual melalui ATM pake virtual Account. Dulu saya sempat coba itu eror-eror terus kita coba manual kesana langsung ke Telkom, datang ke Telkom dibayar manual saja” (Informan E, wawancara tanggal 17 Maret 2018).

Kelima, komunikasi antara pihak Telkom dan pelaku UMKM perkotaan di Kota Yogyakarta masih belum terjalin baik dan *keenam* masih banyak pelaku UMKM perkotaan yang tidak menggunakan aplikasi smartbusiness dengan aktif. Hal ini diungkapkan oleh salah satu pelaku UMKM yang sudah berkembang dan maju dalam usahanya berikut ini.

“Gak ngerti saya gak tahu saya, gak pernah ikut, oh yang smartbisnis itu bagaimana toh, ooh PKBL toh, PKBL tahun berapa ya, tiga tahun yang lalu kayaknya. Hee oh andri Telkom toh yang telkom itu, ooh heeh iya iya sudah tiga tahunan mbak” (Informan F, wawancara tanggal 15 Maret 2018).

Temuan dalam penelitian ini juga diperkuat dengan penuturan Staff Officer PT. Telkom Yogyakarta berikut ini.

“Itu kembali lagi ke pelakunya ya, kalau pelakunya aktif mantengin smartbisnis, maka ada informasi-informasi yang didapatkan. Tetapi ya masih banyak yang hanya formalitas saja masuk aplikasi smartbisnis itu” (Informan G, wawancara tanggal 25 Januari 2018).

Pengembangan UMKM perkotaan merupakan salah satu cara untuk mendukung UMKM perkotaan agar bisa bersaing secara global. Smartbusiness hadir sejak tahun 2016, namun meskipun masih tergolong baru aplikasi smartbusiness ini sudah mempunyai capaian-capaian keberhasilan yang bagus. Adapun capaian keberhasilan aplikasi smartbusiness adalah :

Pertama, banyaknya pelaku UMKM perkotaan yang ingin bergabung dalam aplikasi smartbusiness. *Kedua*, sudah berjalannya program dan kegiatan meskipun masih dalam keadaan baru dan posisi merintis. *Ketiga*, pelaku UMKM perkotaan dapat mengaplikasikan internet. *Keempat*, mempermudah pelaku UMKM perkotaan dalam modal usaha. Kutipan wawancara dengan salah satu informan berikut ini memperkuat temuan dalam penelitian ini.

“ya maksudnya gini, kita memberikan bantuan permodalan setelah adanya PKS ya perjanjian kerjasama, nanti kita akan bimbing, dibina, mengadakan pelatihan, dan ini programnya tidak mesti waktunya hanya selama menjadi anggota bantuan permodalan itu berlaku dua tahun, mereka harus bisa mengembalikan cicil dua tahun, nah selama dua tahun itu dibimbing, dibina, adanya pelatihan mengadakan pameran-pameran, mengajak pelaku ikut pameran untuk produknya. Pembakalan ini lebih kepada pelaku yang belum mengenal dengan internet, tidak punya email toh, jadi kita bimbing dan kenalkan misalnya pelaku harus punya email gitu loh, kemudian harus dengan nomor telkomsel. Sebenarnya itu salah satu untuk menarik mereka untuk memberatkan tetapi membuat mereka maju, bagaimana cara masukan produk ke media sosial dll”(Informan E, wawancara tanggal 25 Januari 2018).

Kelima, memperluas cakupan pemasaran bagi pelaku UMKM perkotaan. *Keenam* pelaku UMKM perkotaan tambah berkembang dan maju usaha yang ditekuni. Kutipan wawancara berikut ini dapat memperkuat temuan dalam penelitian ini.

“Kelebihannya ya otomatis smartbisnis itu memperluas cakupan promosi dan penjualan, kelebihannya itu. Semua gitu yah internasional bisa melihat dan bisa pesan”(Informan E, wawancara tanggal 25 Januari 2018).

Kutipan wawancara di atas memberikan bukti bahwa meskipun terdapat kendala dalam pengembangan UMKM perkotaan melalui aplikasi smartbusiness, namun PT. Telkom telah banyak memberikan dampak positif bagi kemajuan UMKM perkotaan ke depannya untuk bersaing secara global. Berbagai tanggapan positif juga diungkapkan oleh pelaku UMKM perkotaan bahwa hadirnya smartbusiness ini sangat bermanfaat dan membantu usaha agar lebih maju. Dengan demikian pelaku UMKM perkotaan dapat mengikuti perkembangan zaman sehingga banyak keuntungan yang diperoleh dan dapat membuka kesempatan kerja bagi pemuda lain di Kota Yogyakarta.

Implikasinya Terhadap Ketahanan Wirausaha Ekonomi Pemuda

Ketahanan wirausaha ekonomi mengandung kemampuan untuk memelihara stabilitas ekonomi yang sehat dan dinamis, serta mampu menciptakan kemandirian ekonomi nasional dengan daya saing yang tinggi sehingga kemakmuran rakyat yang adil dan merata dapat terwujud. Pembangunan atau pertumbuhan ekonomi tidak terjadi di segala ruang, akan tetapi hanya terbatas pada beberapa tempat tertentu dengan komponen-komponen yang berbeda intensitasnya (Fatimah, 2016). Hasil penelitian ini juga

menunjukkan bahwa pengembangan UMKM perkotaan melalui aplikasi smartbusiness yang telah dilakukan oleh PT. Telkom ini memiliki beberapa implikasi terhadap ketahanan ekonomi pemuda pelaku UMKM di Kota Yogyakarta yaitu : (1)memiliki jiwa kreatif dan pantang menyerah, (2)memiliki daya saing yang tinggi, (3)meningkatnya kemandirian ekonomi pemuda, (4)meningkatnya kesempatan kerja, (5) bertambah majunya usaha yang ditekuni pemuda pelaku UMKM, dan (6)meningkatnya keterampilan pemasaran online pelaku UMKM.

Memiliki Jiwa Kreatif dan Pantang Menyerah

Seorang pengusaha muda, memang seharusnya memiliki jiwa yang kreatif dan pantang menyerah, karena dengan dua faktor tersebut maka usaha yang sedang dijalani dapat berjalan dengan baik, meskipun banyak tantangan yang dihadapi, pengusaha harus bisa komitmen dan pantang menyerah. Temuan dalam penelitian ini diperkuat oleh penuturan salah satu informan berikut.

“Dalam jiwa pengusaha, harus menanamkan komitmen dalam berprinsip. Apabila usaha yang ditekuni sedang terombang ambing, maka hal yang perlu dilakukan adalah mencari jalan keluar agar lebih kreatif lagi dalam usaha dan pantang menyerah, karena apabila tidak memiliki prinsip tersebut usaha yang ditekuni tidaklah akan bertahan lama” (Informan G, wawancara tanggal 15 Maret 2018).

Dengan demikian pemuda yang memiliki jiwa kreatif, ingin maju, pantang menyerah dan terus semangat, maka hal ini merupakan salah satu cara meningkatkan ketahanan ekonomi pemuda. Hal ini dapat terlihat dalam pribadi pemuda itu sendiri, khususnya pelaku UMKM perkotaan di Kota Yogyakarta yang sudah tergabung pada smartbusiness.

Memiliki Daya Saing yang Tinggi

Pemuda berperan aktif sebagai kekuatan moral, kontrol sosial, dan agen perubahan dalam segala aspek pembangunan nasional. Salah satunya adalah meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi bangsa (UU No. 40 tahun 2009 tentang Kepemudaan). Hadirnya smartbusiness memberikan peluang bagi pelaku UMKM perkotaan untuk bisa bersaing secara global baik produk, jasa dan sebagainya. Smartbusiness berusaha mengajak pelaku UMKM perkotaan untuk maju dan berkembang bersama-sama mendukung usaha yang ditekuni, banyak program yang diberikan seperti pameran (Smartbusiness.co.id, 2017). Temuan dalam penelitian ini diperkuat oleh pernyataan salah satu informan yang juga merupakan Asisten Manajer PT. Telkom berikut ini.

“Pameran yang disediakan oleh PT. Telkom ini khusus dari pelaku UMKM yang sudah tergabung dengan aplikasi smartbisnis, sehingga kegiatan pameran ini dapat

meningkatkan daya saing yang tinggi” (Informan E, wawancara tanggal 25 Januari 2018).

Hal ini dapat dikategorikan sebagai salah satu cara peningkatan ketahanan ekonomi bagi pemuda, khususnya pelaku UMKM perkotaan.

Meningkatnya Kemandirian Ekonomi Pemuda

Mengukur ketahanan ekonomi pemuda ini dapat dilihat dari kemandiriannya, semakin mandirinya para pemuda, maka semakin tinggi tingkat ketahanan ekonomi. Hal ini dapat dirasakan oleh pelaku UMKM perkotaan yang tergabung dengan smartbusiness dengan memberikan pernyataan berikut ini.

“Smartbisnis menuntut agar pelaku UMKM dapat mandiri dan berkembang sendiri sesuai dengan program smartbisnis yaitu pelatihan-pelatihan untuk pengusaha pemula” (Informan F, wawancara tanggal 17 Maret 2018).

Dengan bekal tersebut, pelaku UMKM perkotaan akan memiliki rasa optimis dan percaya diri dengan hasil produknya. Jadi dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa hadirnya smartbusiness dengan memberikan pelatihan-pelatihan, pembinaan, pendampingan, pemberian modal ini merupakan salah satu cara untuk meningkatkan ketahanan ekonomi bagi pemuda.

Meningkatnya Kesempatan Kerja

Kurangnya kreativitas dan kemandirian yang dimiliki pemuda dapat berpengaruh terhadap ketahanan ekonomi pemuda itu sendiri. Kesempatan kerja bisa dicari bagi pemuda-pemuda yang rajin dan tidak malas, Namun apabila pemuda malas mencari informasi, maka fasilitas dari manapun tidak akan pernah didapatkan. Hal ini dipertegas oleh Muhtarom (2016) yang menyatakan bahwa dalam bidang ekonomi tantangan akan muncul seperti persaingan dunia kerja yang sangat ketat. Beberapa perusahaan tidak banyak memakai karyawan akan tetapi menggunakan mesin-mesin atau alat elektronik yang berteknologi digital. Melalui smartbusiness maka pelaku UMKM perkotaan dapat melebarkan sayapnya untuk membuka usaha baru dan dapat membuka kesempatan kerja bagi pemuda-pemuda yang lain, dengan bertambahnya karyawan dan majunya usaha yang ditekuni. Temuan dalam penelitian ini juga diperkuat oleh penuturan salah satu informan yang juga merupakan pelaku UMKM berikut

“Kalau iya bisa meningkatkan ketahanan ekonomi itu bagi saya iya karena Alhamdulillah usaha saya semakin maju dan mempunyai banyak karyawan, tetapi balik lagi untuk universal saya gak jamin, tapi kalau bagi saya itu meningkatkan banget”(Informan G, wawancara tanggal 15 Maret 2018).

Bertambah Majunya Usaha yang Ditekuni Pelaku UMKM

Tujuan aplikasi smartbusiness adalah berusaha meningkatkan kualitas pelaku UMKM perkotaan agar lebih maju dan berkembang. Hal ini bisa dirasakan oleh pelaku UMKM perkotaan yang memang bebar-benar bersemangat untuk menjadi pengusaha dengan ungkapan berikut ini.

“Ketika bisa berkomitmen dan aktif dalam penggunaan aplikasi smartbisnis, maka dapat meningkatkan usahanya lebih maju yaitu dapat membuka usaha baru lain dan bertambahnya karyawan” (Informan A, wawancara tanggal 15 Maret 2018).

Semakin majunya usaha yang ditekuni oleh pemuda maka dapat meningkatkan ketahanan ekonomi bagi pemuda. Hal ini sesuai hasil lapangan bahwa pelaku UMKM perkotaan yang tergabung smartbusiness merasakan adanya perubahan dengan usahanya yaitu bertambah majunya usaha yang ditekuni.

Meningkatnya Keterampilan Pemasaran Online Pelaku UMKM

Hadirnya aplikasi smartbusiness menjadikan pelaku UMKM perkotaan yang tergabung dituntut agar bisa menggunakan internet agar tidak ketinggalan zaman baik dari segi promosi, marketing, bahkan banyak informasi-informasi penting yang didapatkan dari internet. Temuan dalam penelitian ini dipertegas oleh pernyataan salah satu informan yang merupakan salah satu pelaku UMKM perkotaan berikut ini.

“Banyak pelatihan-pelatihan yang diberikan terkait pengelolaan internet, cara pemasaran menggunakan internet, dan serba internet. Meskipun itu sulit bagi pelaku UMKM yang masih awam dengan internet, tetapi pihak Telkom berusaha sabar mendampingi dan membina pelaku UMKM lebih ke era digital”(Informan E, wawancara tanggal 17 Maret 2018).

Smartbusiness semakin mempermudah bagi para pelaku UMKM perkotaan untuk melebarkan usahanya agar lebih berkembang, karena selain informasi yang cepat, dan pelaku juga dapat bersaing secara global. Jadi ketahanan ekonomi pemuda dapat dipengaruhi oleh keterampilan pemasaran online pelaku UMKM perkotaan. Hal ini sudah dirasakan oleh para pelaku UMKM perkotaan yang sudah tergabung pada aplikasi smartbusiness.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa kontribusi PT. Telkom melalui aplikasi smartbusiness dalam pengembangan UMKM perkotaan yaitu : (1)memberi akses informasi secara cepat, (2)memberi akses pasar melalui pameran/promosi, (3)memberi jangkauan luas, dan (4)memberi akses peluang bisnis.

Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa masih terdapat kendala-kendala yang dihadapi oleh PT. Telkom dalam pengembangan UMKM perkotaan melalui aplikasi smartbusiness di Kota Yogyakarta yaitu: (1) pelaku UMKM perkotaan di Kota Yogyakarta belum semua dapat bergabung dalam aplikasi smartbusiness, (2) pelaku UMKM perkotaan yang bergabung dalam aplikasi smartbusiness ini hanya merupakan sebagian pelaku UMKM perkotaan yang bisa menggunakan internet, (3) laporan perkembangan UMKM perkotaan yang diterima oleh pihak PT. Telkom kurang *update*, (4) masih belum optimalnya dalam cara pembayaran angsuran pinjaman modal usaha, (5) komunikasi antara pihak Telkom dan pelaku UMKM perkotaan di Kota Yogyakarta masih belum terjalin baik, dan (6) masih banyak pelaku UMKM perkotaan yang tidak menggunakan aplikasi smartbisnis dengan aktif. Hasil penelitian ini juga menyimpulkan bahwa meskipun mengalami beberapa kendala namun aplikasi smartbusiness yang dilakukan oleh PT. Telkom telah memiliki beberapa capaian keberhasilan yaitu: (1) banyaknya pelaku UMKM perkotaan yang ingin bergabung dalam aplikasi smartbusiness, (2) sudah berjalannya program dan kegiatan meskipun masih dalam keadaan baru dan posisi merintis, (3) pelaku UMKM perkotaan dapat mengaplikasikan internet, (4) mempermudah pelaku UMKM perkotaan dalam modal usaha, (5) memperluas cakupan pemasaran bagi pelaku UMKM perkotaan, dan (6) pelaku UMKM perkotaan tambah berkembang dan maju usahanya. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa implikasi UMKM yang tergabung pada aplikasi smartbusiness ini juga berdampak positif terhadap ketahanan wirausaha ekonomi pemuda dalam hal : (1) memiliki jiwa kreatif dan pantang menyerah, (2) memiliki daya saing yang tinggi, (3) meningkatnya kemandirian ekonomi pemuda, (4) meningkatnya kesempatan kerja, (5) bertambah majunya usaha yang ditekuni pemuda pelaku UMKM perkotaan, dan (6) meningkatnya keterampilan pemasaran online pelaku UMKM perkotaan.

Berdasarkan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini maka dapat direkomendasikan beberapa saran untuk PT. Telkom yaitu : (1) lebih meningkatkan sosialisasi khususnya penggunaan aplikasi smartbusiness bagi masyarakat umum sehingga pelaku UMKM yang lain dapat berkesempatan untuk bergabung, (2) lebih meningkatkan dalam pembinaan dan pendampingan khususnya dalam pengenalan internet secara berkala sehingga mitra binaan dapat menjadi pengusaha yang dapat bersaing secara global khususnya dalam pemasaran, (3) melakukan kegiatan verifikasi secara langsung terhadap mitra binaan di lapangan, agar data yang diberikan pelaku UMKM perkotaan dan data di lapangan lebih akurat, (4) lebih mempermudah dan memperjelas mekanisme cara pembayaran angsuran modal usaha bagi pelaku UMKM perkotaan, agar tidak membingungkan pelaku UMKM perkotaan yang masih baru, (5) memberikan

fasilitas *reward* kepada mitra binaan yang termasuk kategori lancar dalam mengangsur pinjaman modal usaha. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat pula dirumuskan beberapa saran untuk pelaku UMKM perkotaan yaitu : (1) pelaku UMKM perkotaan yang tergabung smartbusiness lebih aktif dalam penggunaan aplikasinya, karena banyak informasi-informasi, solusi bisnis, dan tips-tips usaha yang maju dan berkembang agar tidak ketinggalan informasi, dan (2) pelaku UMKM perkotaan sebaiknya berkomunikasi dengan baik dengan pihak PT. Telkom, agar terjalin komunikasi yang aktif dan bisa memantau dari jarak jauh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini merupakan tesis yang ditulis oleh Cika Fauziah dengan pembimbing Tri Kuntoro Priyambodo dan Sri Rum Giyarsih. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Armaidly Armawi, M.Si. dan Dr. Noor Muhammad Hamka, M.Si. yang telah memberikan masukan yang sangat berarti demi kesempurnaan paper ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia. (2010). Ketahanan Nasional di Bidang Ekonomi <http://aprilial180490.wordpress.com/2010/04/09/ketahanan-nasional-di-bidang-ekonomi> (diakses 08 Oktober 2017 pukul 23: 37 WIB).
- Astuti, M., dan H.C. Wahyuni. (2018). Strategi Implementasi *Green Human Resources Management* Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* 12 (2) :121-128
- Busquets, J. (2010). Orchestrating Smart Business Network Dynamics for Innovation. *European Journal of Information System* 19 : 481-493
- Cholid dan Ahmadi. (2010). *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Dhamayantie, E., dan R. Fauzan. (2017). Penguatan Karakteristik dan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan* 11 (1) : 80-91
- Dirpan, A., E. Heniwati., M.Y. Patawari., and A.B. Birawida. (2019). Community Service in Kecamatan Patampunua : Improving Community's Economy and Prosperity Through the Establishment of Pisang Sale's UMKM. *IOP Conf. Series : Earth and Environmental Science* 235 : 1-8, doi 10.1088/1755-1315/235/1/012026
- Fahmi, M. (2014). *Yogyakarta Dari Kota Pelajar Menjadi Kota Developer* <https://id.techinasia.com/local-corner-yogyakarta-dari-kota-pelajar-menjadi-kota-developer-fahmi-muhammad-2014> (diakses 09 Oktober 2017 pukul 11: 50 WIB).
- Fatimah Y. (2016). Peran Pemuda dalam Pengembangan Eduwisata Energi Terbarukan dan Implikasinya terhadap Ketahanan Ekonomi Wilayah: Studi di Desa Poncosari, Kecamatan Srandakan, Kabupaten Bantul. *Tesis*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Fauziah. (2010). *Pengantar Teknologi Informasi*. Bandung: Muara Indah
- Gunadi dan Djony. (2013). *Istilah Komunikasi*. Jakarta: Grafindo

- Persada.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Isnida, R. (2014). *Peran Teknologi Dalam Perkembangan Industri Global* .<http://rizkyisninda.blog.binusian.org/peran-teknologiinformasi-dalam-perkembangan-industri-global/> (diakses 08 Oktober 2017 pukul 23: 38 WIB).
- Jingye, L., and T. Takehiro. (2016). Practical Process for Introducing Smart Business Continuity Management of Smart City in Japan. *Procedia Engineering* 146 :288-295
- Julisar, E.M. (2013). Pemakaian E-Commerce Untuk Usaha Kecil dan Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Bisnis dan UKM*. Vol.4 No. 2 Desember 2013: 638-645.
- Leavy, B. (2019). Alibaba Strategist Ming Zeng “Smart Business” in the Era of Business Ecosystem. *Strategy & Leadership* 47 (2) : 11-18, <https://doi.org/10.1108/SL-01-2019-0006>
- Kasali, R. (2013). *Cracking Zone*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Makmur, R. (2016). *Bisnis Online*, Bandung: Informatika.
- Mendling, J., B. Baesens, A. Bernstein, and M. Fellmann. (2017). Challenges of Smart Business Process Management : An Introduction to the Special Issue. *Decision Support System* 100 : 1-5
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhtarom, H. (2016). *Makalah Era Digital* . <http://hawarimuhtarom.blogspot.co.id/2016/11/makalah-tantangan-era-digital.html> (diakses 08 oktober 2017 pukul 23: 41 WIB).
- Pau, L.F. (2012). Smart Business Networks : Interaction-Coordination Aspects and Risk. *Business Process Management Journal* 18 (5) : 829-843
- Pau, L.F. (2014). Discovering the Dynamics of Smarts Business Networks. *Computer Management Science* 11 : 445-458
- Peratalo, S., and P. Ahokangas. (2018). Towards Smart City Business Models. *Journal of Business Models* 6 (2) : 65-70
- Peraturan Menteri BUMN Per-02/MBU/7/2017 tanggal 05 Juli 2017 tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara.
- Perrin, R. (2016). Retaining Older Employees is A Smart Business Move. *Strategic HR Review* 15 (6) : 246-249
- Putri, N.K.N., dan N.N.K. Yasa. (2018). Peran Inovasi Produk Memediati Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pie Susu di Kota Denpasar). *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* 12 (2) : 111-120
- Ramelan, R. (2008). *Teknologi dan Masyarakat*. Bandung: Lubuk Agung.
- Santosa, I., D. Yuwandini., dan S.A. Mustaniroh. (2015). Pengaruh Kredit dan Sumberdaya Manusia terhadap Kinerja UMKM Agroindustri dengan Pemasaran sebagai Variabel Antara. (2015). *Jurnal Manajemen & Agribisnis* 12 (3) : 174-182
- Siswanto, V.K., B.U. Aulia., E. Umilia., and I. Hekmachtar. (2018). Mapping and Arrangement of Development Strategy for Creative Industry of UMKM Kampong Dolly in Surabaya, Case Study : Fashion Small Industry. *IOP Conf. Series : Earth and Environmental Science* 202 : 1-7, doi 10.1088/1755-1315/202/1/012074
- Smartbusiness.co.id/solusi -bisnis-Direktori dan Produk Usaha Kecil Menengah, dilengkapi informasi solusi, peluang dan regulasi bisnis.(diakses 03 Desember 2017 pukul 19: 50 WIB).
- Syuhada, S., A. Tasman., Hardiani. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyerapan Tenaga Kerja Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah* 2 (2) : 93-98
- Sutarman. (2012). *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suyanto, M. (2005). *Aplikasi IT untuk UKM Menghadapi Persaingan Global*. Yogyakarta: KedaulatanRakyat.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan Pasal 1 ayat 1.
- Van Hack, E and P. Vervest. (2009). Smart Business Networks : Concepts and Empirical Evidence. *Decision Supports System* 47 : 275-276.
- Ward, H. (2012). *Pemasaran Internet*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Wiagustini, N.L.P., I.G.B. Wiksuana., D.K. Sintaasih., dan I.A.N. Saskara. (2014). Model Pemberdayaan Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Sebagai Sumber Pendanaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Gianyar. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* 8 (1) : 18-25
- Widyastutik., H. Mulyati., E.I.K. Putri.(2010). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Kluster UMKM Alas Kaki di Kota Bogor Yang Berdaya Saing. *Jurnal Manajemen & Agribisnis* 7 (1) : 16-26.