

Inovasi Digital Marketing UMKM oleh Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Probolinggo

Maretha Mufidah Putri^{1*}, Fathullah Rusly², Nuruddin Armanto³

^{1,2,3}Universitas Islam Zainul Hasan Genggong

*e-mail : putrimaretha945@gmail.com

Dikirim	Direvisi	Diterima
20 Februari 2024	5 Maret 2024	12 Maret 2024

Abstrak:

Dengan pemanfaatan teknologi dan digitalisasi, pemerintah Kabupaten Probolinggo menciptakan inovasi aplikasi berupa e-commerce yang dikenal dengan Sistem Manajemen Pengembangan UMKM Terpadu (SIMADU) untuk membantu pemasaran produk UMKM dan memperluas jangkauan pemasaran UMKM Kabupaten Probolinggo melalui pemasaran digital. Desain penelitian yang digunakan adalah metodologi deskriptif kualitatif dengan studi kasus. Wawancara, dokumentasi, dan observasi digunakan untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan inovasi seperti SIMADU dapat mempercepat pemulihan perekonomian, meningkatkan daya saing UMKM di pasar, dan memperbaiki keadaan perekonomian UMKM di Kabupaten Probolinggo. Masih perlu untuk mengevaluasi fitur dan server aplikasi dalam hal kinerja fungsionalnya.

Kata kunci : *Digital Marketing*, SIMADU, UMKM

Abstract:

With the use of technology and digitalization, the Probolinggo Regency government created an application innovation in the form of e-commerce known as the Integrated MSME Development Management System (SIMADU) to help market MSME products and expand the marketing reach of Probolinggo Regency MSMEs through digital marketing. The research design used is a qualitative-descriptive methodology including case studies. Interviews, documentation, and observation were used to collect data. The results of the study show that implementing innovations such as SIMADU can accelerate economic recovery, increase MSMEs' competitiveness in the market, and improve the MSMEs' economic situation in Probolinggo Regency. It is still necessary to evaluate features and application servers in terms of their functional performance.

Keyword: *Digital Marketing*, SIMADU, MSMEs

PENDAHULUAN

Menurut PP Nomor 07 Tahun 2021, usaha mikro diartikan sebagai usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau kelompok perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Setiap kegiatan ekonomi yang memenuhi kriteria usaha kecil harus dilakukan secara mandiri oleh orang atau badan hukum yang bukan merupakan anak perusahaan, cabang, atau komponen (langsung atau tidak langsung) dari perusahaan menengah atau besar. Sebagaimana peraturan ini dimaksudkan.

Usaha yang secara langsung atau tidak langsung terkait dengan perusahaan lain

dengan cara, atau bentuk apa pun, tetapi menciptakan kegiatan ekonomi secara mandiri dianggap sebagai usaha menengah menurut undang-undang pemerintah ini [1]. Sementara itu, seperti disampaikan Firmansyah, Sjaifuddin mengklaim UMKM merupakan kegiatan yang berpotensi meningkatkan pendapatan masyarakat dan membuka lapangan kerja. Bahkan di masa perekonomian yang sulit, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mampu bertahan dan bahkan tumbuh. [2].

UMKM, atau usaha mikro, kecil, dan menengah, adalah tulang punggung perekonomian mana pun. Data yang

dihimpun Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) Indonesia menunjukkan bahwa UMKM di tanah air terus berkembang selama bertahun-tahun, dengan total saat ini mencapai 64,2 juta. [3]. Jumlah ini meningkat sebesar 2,7% dari tahun sebelumnya. Pertumbuhan perekonomian suatu negara tentunya tergantung pada setiap daerahnya. Pada saat ini perkembangan teknologi internet dan informasi telah mengubah lingkungan bisnis secara dramatis [4]. Berkat banyaknya terobosan teknologi di bidang informasi dan komunikasi, individu dan masyarakat kini dapat melakukan berbagai aktivitas sehari-hari, termasuk pembelian dan penjualan barang dan jasa. Berkat kemajuan teknologi, setiap orang dapat memanfaatkan kenyamanan yang kita anggap remeh, seperti kemudahan penggunaan internet. [5]. Pemasaran digital mengacu pada cara bisnis mempromosikan produk mereka menggunakan terobosan teknologi ini. Pemasaran digital adalah praktik mengiklankan produk dan layanan bisnis secara online menggunakan platform media sosial, situs mikroblog, dan situs web perusahaan dalam upaya membangun pengenalan merek, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan menarik lebih banyak pengunjung online.[6]. Untuk mengembangkan perusahaan internetnya, para pengusaha akan menganggap media digital sebagai instrumen yang sangat bermanfaat. Selain itu, selama mereka memiliki koneksi internet, produk dan layanan mereka akan tersedia untuk khalayak luas.[7].

Pelaku UMKM di Kabupaten Probolinggo saat ini berada ditengah kebangkitan dan pemulihan ekonomi pasca pandemi covid-19, serta deraan transformasi digital Revolusi Industri 4.0. Sebagai bagian dari upaya atas kebijakan pemulihan ekonomi berbasis pengembangan UMKM di Kabupaten Probolinggo, terdapat beberapa permasalahan krusial yang dihadapi, yakni belum tersedianya website dan platform digital yang disediakan oleh pemerintah

daerah sebagai bentuk komunikasi publik (Database UMKM, Informasi Publik UMKM, Sistem Informasi Geografis UMKM) dan Metode periklanan tradisional seperti booth produk dan promosi dari mulut ke mulut masih banyak diandalkan oleh para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Probolinggo karena ketidakmampuan mereka dalam memahami konsep teknologi. [8].

Berdasarkan hasil pendataan SIDT Tahun 2022 jumlah pelaku UMKM Kabupaten Probolinggo berjumlah 80.290 yang tersebar di Kabupaten Probolinggo dengan luas wilayah 1.696,17 KM², 24 Kecamatan, 325 Desa dan 5 Kelurahan. Ada 7 kecamatan dataran tinggi, 7 kecamatan dataran rendah/pesisir dan 10 kecamatan dataran menengah. Kondisi geografis ini dapat menjadi potensi positif sekaligus menjadi penghambat dalam kebijakan pengembangan UMKM di Kabupaten Probolinggo [8]. Banyaknya UMKM di Kabupaten Probolinggo, sehingga pemerintah daerah khususnya DKUPP (Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan dan Perindustrian) perlu melakukan sesuatu untuk menyoroti pentingnya pemasaran digital. Dengan begitu, UMKM bisa memperluas jangkauan pemasarannya dan mencapai potensi maksimalnya dengan produk yang lebih unggul. Oleh karena itu, DKUPP harus mengkoordinasikan inovasi dalam pemberian layanan UMKM. Inovasi adalah proses menemukan kegunaan baru untuk produk atau sumber daya yang sudah ada. Inovasi dapat didefinisikan sebagai keseluruhan proses, dimulai dengan pembuatan ide dan diakhiri dengan komersialisasi barang-barang manufaktur. [9]. Guna memudahkan pemasaran digital produk UMKM, DKUPP Kabupaten Probolinggo membuat Sistem Manajemen Pengembangan UMKM Terpadu (SIMADU). Tujuan utama dari penemuan ini adalah untuk membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Probolinggo pulih lebih cepat dan berkontribusi terhadap perekonomian dengan meningkatkan kemampuan

pemasaran dan memberikan edukasi pemasaran digital. Selain itu, para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kini membutuhkan akses terhadap teknologi guna meningkatkan interaksi antara pelaku UMKM dengan pasar digital.[10].

Penelitian terdahulu menyatakan bahwa inovasi, baik produk ataupun pemasaran harus terus dilakukan untuk menghadapi persaingan [11]. Dan [12] yang berbelanja online membantu mempertahankan permintaan yang kuat, mengurangi biaya iklan, dan membuka pasar baru. Penelitian [9] juga menunjukkan hal itu yang berjudul “strategi inovasi pada industri kreatif digital : upaya memperoleh keunggulan bersaing pada era revolusi industri 4.0” mengatakan bahwa diperlukan penelitian tambahan untuk melakukan inovasi digital dalam mendapatkan keunggulan kompetitif.

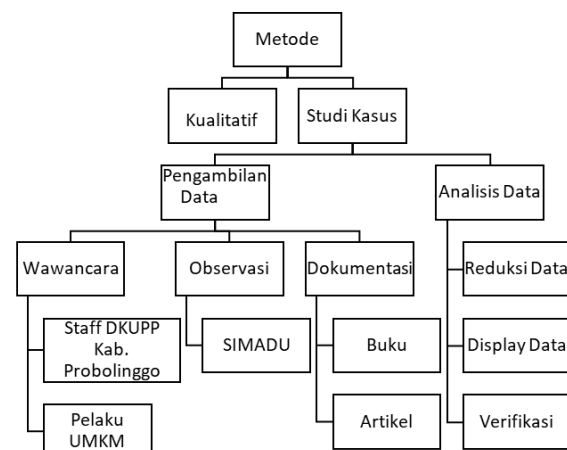
Karena keprihatinan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait bagaimana inovasi digital marketing UMKM yang dilakukan oleh dinas koperasi, usaha mikro, perdagangan dan perindustrian Kabupaten Probolinggo serta kendala yang dihadapi dalam inovasi digital marketing UMKM yang dilakukan.

METODE

Studi kasus merupakan jenis penelitian deskriptif-kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif, yang didasarkan pada filsafat postpositivisme dan digunakan untuk menguji keadaan alam (alih-alih melakukan tes), berkisar pada peneliti. Kami menggunakan metode polekulasi (gabungan) untuk mengumpulkan data, yang kemudian kami kaji secara induktif dan kualitatif. Penekanannya adalah pada makna daripada umum. [13]. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengkaji program, peristiwa, aktivitas, proses, atau bahkan individu tertentu dengan sangat rinci. Kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dan peneliti mengumpulkan data rinci menggunakan berbagai metodologi pengumpulan data berbasis waktu. [14].

Data yang digunakan dalam analisis ini berasal dari sumber primer dan sekunder. Data primer untuk suatu penelitian berasal dari individu yang benar-benar melakukan penelitian tersebut, baik melalui wawancara, kuesioner, atau bahkan sekadar menggunakan pengukuran dan perhitungan sendiri. Data primer dikumpulkan langsung dari sumber aslinya; data sekunder dikumpulkan secara tidak langsung dari sumber seperti perpustakaan, laporan, profil, atau buku panduan [15]. Buat catatan, amati individu, dan wawancarai mereka dalam mengumpulkan data untuk penelitian. Salah satu staf Bidang Usaha Kecil dan Menengah DKUPP Kabupaten Probolinggo diwawancarai secara ekstensif untuk penelitian ini. Observasi dilakukan apabila hal-hal yang dipelajari dicatat secara langsung dan sistematis. Sedangkan dokumentasi hanya saja mendukung penelitian ini, data yang dikumpulkan baik berupa buku, artikel, foto atau rekaman pencatatan selama penelitian berlangsung.

Kerangka pemikiran dan alur penelitian tertentu diikuti dalam penelitian ini untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik. Aliran ini meliputi:



Gambar 1. Kerangka Pikir dan Alur Penelitian

HASIL

Inovasi adalah proses menemukan kegunaan baru untuk produk atau sumber daya yang sudah ada. Inovasi dapat didefinisikan sebagai keseluruhan proses,

dimulai dengan pembuatan ide dan gagasan, proses produksi sampai pada proses pemasaran [9]. Untuk menerapkan inovasi, seseorang memerlukan pengetahuan segar, metode baru, produk baru, teknologi baru, dan penemuan baru. [16]. Tujuan pembangunan nasional seperti peningkatan perekonomian, peningkatan kecerdasan masyarakat, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat semuanya dapat dicapai melalui penciptaan dan pelaksanaannya di tingkat nasional dan daerah. Salah satu inovasi digital yang diterapkan untuk membantu usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) di Kabupaten Probolinggo dalam mewujudkan potensi ekonominya adalah SIMADU yang merupakan singkatan dari Sistem Manajemen Pengembangan UMKM Terpadu. Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Probolinggo (DKUPP) membawahi para pelaku UMKM di kabupaten tersebut, sedangkan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Probolinggo mengelola server, fungsi, dan kinerja aplikasi. Kedua lembaga berkolaborasi untuk mewujudkan inovasi ini. Sistem manajemen pengembangan UMKM terpadu (SIMADU) bagi inovasi digital marketing UMKM yang dibuat sebagai berikut :



Gambar 2. Tampilan Sistem Manajemen Pengembangan UMKM Terpadu (SIMADU) Kabupaten Probolinggo

SIMADU pada dasarnya terdiri dari tiga fitur utama yakni, Beranda (belanja produk unggulan daerah), Pasar dan Laris (pelayanan dan informasi usaha). Berikut gambaran grafis ketiga fitur SIMADU:



Gambar 3. Tampilan 3 Fitur Utama SIMADU Kabupaten Probolinggo

Dapat dilihat pada **Gambar 3**, fitur beranda menyajikan produk – produk unggulan UMKM dan sekaligus Nomor Handphone dari pemilik UMKM. Pihak pelanggan bisa melakukan penawaran langsung kepada pemilik produk. Pada laman beranda, terdapat juga letak dan posisi geografis atau peta lokasi pemilik produk, sehingga akan memudahkan pelanggan dalam melakukan pencarian titik lokasi pemilik produk. Fitur pasar merupakan informasi seluruh pasar yang dikelola oleh pemerintah kabupaten probolinggo. Pada laman pasar, pelanggan akan disuguhkan letak geografis/titik lokasi pasar, informasi harga bahan pokok dan video informasi publik. Sedangkan pada laman laris, pelanggan akan disuguhkan titik lokasi pelaku usaha, profil pelaku usaha, agrerat data pelaku usaha sesuai dengan klasifikasi usaha, skala industri dan informasi – informasi tentang usaha . Di dalam fitur beranda terdapat beberapa devisa yang tertera dalam gambar dibawah ini :



Gambar 4. Tampilan Devisa dalam Fitur Beranda SIMADU Kabupaten Probolinggo

Berdasarkan **Gambar 4**, terdapat 6 devisa produk UMKM Kabupaten Probolinggo yakni, Makanan dan Minuman, Kopi, Batik

dan Bordir, Kerajinan, Aksesoris dan Outlet Beranda. Dalam laman tersebut akan memudahkan pelanggan dalam memilih devisi produk UMKM yang akan dibeli. Berdasarkan informasi yang disampaikan DKUPP Kabupaten Probolinggo khususnya Sistem Manajemen Pengembangan UMKM Terpadu (SIMADU), berikut tabel rincian jumlah dan rincian UMKM pada domain pemasaran produk secara online:

Tabel 1. Jumlah dan Devisi UMKM di SIMADU Kabupaten Probolinggo

No	Keterangan	Jumlah
1.	Makanan dan Minuman	71
2.	Kopi	10
3.	Batik dan Bordir	16
4.	Kerajinan	16
5.	Aksesoris	4
6.	Outlet Beranda	2
Total		119

Sumber : Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Probolinggo, 2024

Dari data yang diberikan, penulis dapat menyimpulkan bahwa, dari kemungkinan 80. 290 UMKM di Kabupaten Probolinggo masih 119 UMKM yang terdata sudah terdigitalisasi di website milik Pemerintah Daerah, karena sistem ini baru saja launching dan masih dalam tahap pengembangan lebih lanjut. Data UMKM yang terdaftar merupakan produk unggulan dari UMKM di Kabupaten Probolinggo, berdasarkan wawancara dengan staff DKUPP yang dilakukan pada 12 Februari 2024. Lembaga Online Single Submission (OSS) menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) pada produk UMKM. Jika suatu produk memenuhi standar tersebut, maka akan dianggap unggul. Karena dapat memanfaatkan teknologi yang ada untuk membangun e-commerce atau pemasaran digital, Inovasi Aplikasi SIMADU dinilai memiliki eksekusi yang lebih inventif. Hal ini menghilangkan kebutuhan DKUPP sebagai perantara penjualan produk UMKM ke

pengguna akhir. Hal ini diungkapkan oleh salah satu pejabat DKUPP Kabupaten Probolinggo dalam wawancaranya:

“Soal campur tangan dalam membesarkan potensi UMKM melalui pemasaran online, SIMADU bisa dibilang lebih inovatif karena ada faktor pasar yang lebih pasti dibandingkan inovasi-inovasi sebelumnya yang cara-caranya bisa kita pertimbangkan (DKUPP) menjadi pihak ketiga atau perantara, seperti seperti mengadakan bazar dan pameran serta promosi di media sosial resmi.” Selain itu, SIMADU juga tentang mempromosikan produk secara online. Itulah sebabnya SIMADU bisa memberikan pasar langsung bagi UMKM di Kabupaten Probolinggo (Hasil Wawancara, 12 Februari 2024).

Penemuan ini memungkinkan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menawarkan produknya kepada khalayak yang lebih luas melalui aplikasi digital SIMADU, sehingga manfaat penerapannya lebih dapat dirasakan oleh seluruh pelaku UMKM Kabupaten Probolinggo.

PEMBAHASAN

Berdasarkan Peraturan Bupati Probolinggo Nomor 14 Tahun 2022 yang mengatur tentang Peran, Susunan Organisasi, Tanggung Jawab Pokok, dan Tata Kerja Perangkat Daerah, Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan, dan Perindustrian Kabupaten Probolinggo diberi kewenangan melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan pemerintahan yang berkaitan dengan koperasi, usaha mikro, perdagangan, dan perindustrian. Persentase usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang naik kelas merupakan salah satu statistik yang menjadi Indikator Kinerja Utama (IKU) Kementerian Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan, dan Perindustrian [17].

Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan dan Perindustrian berperan sebagai koordinator teknis pengembangan UMKM di Kabupaten Probolinggo. Bertanggung jawab untuk melaksanakan tugas-tugas organisasi, yang dilaksanakan

oleh perangkat daerah bidang ekonomi dan fungsi koordinasi dengan pemangku kepentingan (instansi dan atau badan usaha/swasta).

Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan, dan Perindustrian Kabupaten Probolinggo mengembangkan inovasi pemasaran digital bernama SIMADU yang dirancang untuk menjaga keselarasan semua hal tersebut. Departemen ini yang memimpin penerapan website melalui peraturan kepala daerah. Dengan sistem yang demikian, diharapkan pemerintah daerah mampu hadir ditengah-tengah masyarakat dan secara berkelanjutan dapat menyampaikan berbagai informasi tentang UMKM yang dikemas secara lugas dan dapat diakses dengan mudah oleh seluruh masyarakat Kabupaten Probolinggo.

Inovasi digital ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan penyelenggaraan manajemen pengembangan UMKM terpadu, terwujudnya penyelenggaraan SIMADU Probolinggo melalui website dan platform digital dan terwujudnya peningkatan kualitas dan kuantitas program pengembangan UMKM Kabupaten Probolinggo [8].

SIMADU PROBOLINGGO "Sistem Manajemen Pengembangan UMKM Terpadu Kabupaten Probolinggo" merupakan inovasi digital atau ide baru dari Kepala DKUPP Kabupaten Probolinggo. Sistem ini secara resmi launching pada hari Kamis, 30 November 2023 di DKUPP Kabupaten Probolinggo. Dalam kegiatan ini secara langsung dihadiri oleh Pj. Bupati Probolinggo, merupakan Ground Breaking dan bentuk komitmen serta personal garansi Kepala Daerah terhadap penyelenggaraan SIMADU Probolinggo, dengan dihadiri oleh Perangkat Daerah Bidang Perekonomian Pemerintah Kabupaten Probolinggo, segenap pemangku kepentingan, dan pelaku UMKM. Menilik Simadu Program yang diberi nama "Sistem Manajemen Pengembangan UMKM Terpadu Kabupaten Probolinggo" diterapkan di DKUPP Kabupaten Probolinggo untuk membantu usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM)

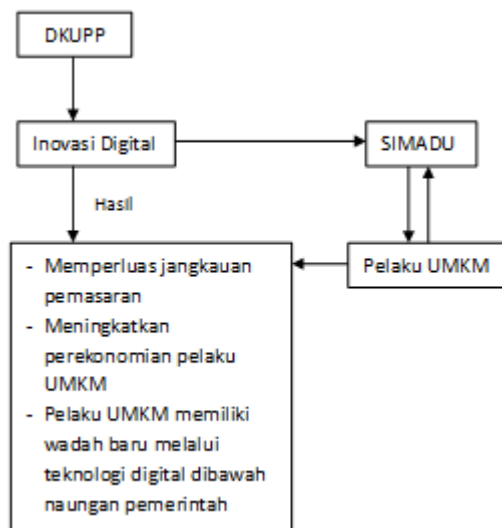
agar bisa berkembang dan maju. Teknik ini mengubah data dari analog ke digital. Berdasarkan temuan wawancara dengan staf DKUPP yang berlangsung pada 12 Februari 2024, sistem ini berpotensi memberikan database informasi yang dapat dipercaya bagi UMKM di Kabupaten Probolinggo. Basis datanya sah, dipelihara secara real-time, dan dapat dipertanggungjawabkan. Sistem informasi geografis juga mendukungnya. Dengan menggabungkan program pengembangan UMKM yang saling melengkapi ke dalam rencana kerja berkelanjutan dengan satu tujuan, SIMADU akan mengefektifkan proses pembelian bagi pelanggan melalui website atau aplikasi pemerintah daerah. Ada banyak harapan di kalangan pelaku usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) bahwa sistem ini akan membantu perusahaan mereka mengembangkan dan memperluas jangkauan pemasaran digital mereka.

Pemerintah memberikan pendanaan Inovasi Aplikasi SIMADU untuk membantu UMKM di Kabupaten Probolinggo dalam pemulihan dan pertumbuhan ekonominya. Tanpa mengeluarkan uang sepeser pun, pelaku UMKM bisa menawarkan produk unggulan secara online. Inovasi Aplikasi Simadu juga mendukung upaya meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap media digital. Lebih lanjut, aplikasi ini mendorong peserta UMKM untuk mendapatkan NIB dan jenis dokumen resmi bisnis lainnya. Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Probolinggo telah berperan dalam meningkatkan dan memodernisasi program SIMADU dan e-commerce secara keseluruhan. Wawancara dengan salah satu staf DKUPP yang dilakukan pada 12 Februari 2024 membuah hasil sebagai berikut: Aparatur Sipil Negara (ASN) dan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) mendorong peningkatan belanja pada aplikasi ini agar berjalan lebih masif, yang mana hal ini mendukung Inovasi Aplikasi SIMADU.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kini dapat mempromosikan dan

menjual produk mereka dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan atau sangat dibatasi oleh pertimbangan seperti waktu, geografi, dan pendekatan komunikasi, berkat inovasi pemasaran digital pada aplikasi SIMADU [18]. Oleh karena itu, Pemerintah Kabupaten Probolinggo menaruh kepercayaan pada Inovasi Aplikasi SIMADU untuk membantu pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Probolinggo dalam memperluas basis pelanggan, meningkatkan strategi pemasaran digital, dan secara umum mengalami pertumbuhan ekonomi yang lebih baik.

Adapun resume hasil penelitian yang diteliti dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 5. Resum Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu staff DKUPP Kabupaten Probolinggo terdapat kendala yang dihadapi DKUPP Kabupaten Probolinggo dalam melaksanakan Inovasi Sistem Manajemen Pengembangan UMKM Terpadu (SIMADU), yakni :

1. Karena server aplikasi masih dalam tahap pembangunan, Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Probolinggo (DKUPP) belum bisa melacak penjualan melalui server tersebut saat ini.

2. Banyak masyarakat sekitar yang belum mengetahui adanya website SIMADU karena kurangnya penyebaran informasi.
3. Dalam Aplikasi SIMADU belum tersedia akun media sosial para pelaku UMKM, sehingga pelanggan belum bisa eksplor terkait produk UMKM yang akan dibeli/diinginkan.
4. Pelaku UMKM kurang berinisiatif dalam membuat desain gambar produk.
5. Kurangnya koordinasi antara pelaku UMKM dengan DKUPP, contohnya ketika terjadi perubahan harga produk pelaku UMKM tidak melakukan konfirmasi kepada DKUPP Kabupaten Probolinggo.
6. Fitur pemesanan secara langsung belum bisa dilakukan didalam aplikasi SIMADU, sehingga pelanggan perlu menghubungi nomor handphone pelaku UMKM yang sudah tertera dalam website/aplikasi tersebut.
7. Masih banyak pelaku UMKM yang belum terdaftar dalam Aplikasi SIMADU karena kurangnya sosialisasi dari DKUPP Kabupaten Probolinggo terkait Aplikasi SIMADU terhadap para pelaku UMKM Kabupaten Probolinggo.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Memanfaatkan teknologi digital modern dalam bentuk Sistem Manajemen Pengembangan UMKM terpadu (SIMADU), meningkatkan keluasan dan kedalaman inisiatif pengembangan UMKM. Instansi utama pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Probolinggo adalah Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan dan Perindustrian. Penemuan yang bertujuan untuk membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam mewujudkan potensi maksimalnya ini dimungkinkan oleh pembiayaan pemerintah. Peningkatan akses masyarakat terhadap informasi UMKM, peningkatan jangkauan pasar melalui pemasaran digital, serta kesadaran dan kompetensi pelaku UMKM di media digital menjadi salah satu upaya

inovasi ini untuk membantu seluruh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Probolinggo.

Teknologi tersebut diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat, namun masih banyak kendala yang harus diselesaikan. Diantaranya adalah keterbatasan pemantauan penjualan, kurangnya penyebaran informasi kepada masyarakat, belum tersedianya akun media sosial pelaku UMKM di dalam aplikasi, kurangnya inisiatif dalam desain produk, kurangnya koordinasi antara pelaku UMKM dengan DKUPP, serta belum tersedianya fitur pemesanan langsung dalam aplikasi.

Saran

Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Probolinggo menangani permasalahan yang diuraikan di atas (DKUPP) perlu meningkatkan pengembangan aplikasi, meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat dan pelaku UMKM, meningkatkan koordinasi antara DKUPP dan pelaku UMKM, serta memperbarui fitur – fitur dalam aplikasi untuk memudahkan proses transaksi dan interaksi antara pelaku UMKM dan pelanggan. Dengan demikian, diharapkan SIMADU dapat menjadi alat yang efektif dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM di Kabupaten Probolinggo.

REFERENSI

[1] Pemerintah Indonesia, “Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah,” no. 086507, pp. 1–121, 2021.

[2] R. Firmansyah, “Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Madiun (Studi Pada Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan Dan Pariwisata Dan Sentra Industri Brem Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun),” *J. Adm.*

Publik Mhs. Univ. Brawijaya, vol. 2, no. 1, pp. 154–160, 2014.

[3] Y. Mainake, “Dukungan Memperkuat Umkm,” *Pus. Penelit. Badan Keahlian Sekretariat Jenderal DPR RI*, vol. 1, pp. 1–2, 2022.

[4] H. Hilmiana and D. H. Kirana, “Peningkatan Kesejahteraan Umkm Melalui Strategi Digital Marketing,” *Kumawula J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 1, p. 124, 2021, doi: 10.24198/kumawula.v4i1.32388.

[5] H. Hofifah, A. Aziz, and A. Ghafur, “Peran E- Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan Penjualan Dalam Perspektif Islam,” *Oikon. J. Kaji. Ekon. dan Keuang. Syariah*, vol. 4, no. 1, pp. 14–24, 2022, doi: 10.53491/oikonomika.v4i1.563.

[6] A. Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.

[7] M. H. I. A’yunin Nisa’, Abdul Aziz Wahab, “Pemanfaatan Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Toko Ali di Desa Gading Kecamatan Banyuwang Kabupaten Probolinggo,” vol. 6, 2022.

[8] M. s. Taupik Alami, S.sos, “SIMADU ‘Sistem Manajemen Pengembangan UMKM Terpadu’ Kabupaten Probolinggo,” Probolinggo, 2023.

[9] R. Rofaida, Suryana, Asti Nur Aryanti, and Yoga Perdana, “Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0,” *J. Manaj. dan Keuang.*, vol. 8, no. 3, pp. 402–414, 2020, doi: 10.33059/jmk.v8i3.1909.

[10] A. C. Putra, “Jurnal Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia PENGARUH PERTUMBUHAN PDRB USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI SURABAYA PENDAHULUAN,” 2021.

[11] J. Heryanto, “Inovasi Pemasaran Untuk Produk Industri,” *Inasea*, vol. 8, no. 1, pp. 32–41, 2007.

-
- [12] A. Wirapraja and H. Aribowo, "Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability Bisnis," *Teknika*, vol. 7, no. 1, pp. 66–72, 2018, doi: 10.34148/teknika.v7i1.86.
- [13] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, no. April. 2016.
- [14] A. dan A. M. K. Kusumastuti, *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019.
- [15] M. S. Hardani, S.Pd. *et al.*, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu, 2020.
- [16] Y. Suwarno, "Inovasi Di Sektor Publik," *STIA-LAN Press*, pp. 1–148, 2008.
- [17] B. Probolinggo, "Peraturan Bupati Probolinggo," 2022.
- [18] H. Arviani *et al.*, "Pengembangan Kampung Kelor Kelurahan Banjarsugihan Sebagai Kampung Wisata Belanja Di Kota Surabaya," *J. Pengabd. Masy. Dharma Andalas*, vol. 01, no. 01, pp. 126–135, 2022, [Online]. Available: <http://jurnal.unidha.ac.id/index.php/JPMDAE-issn:https://doi.org/10.47233/jpmda.v1i1.589>