

PERAN RUMAH BUMN DALAM PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PROGRAM 3 GO (GO MODERN,GO DIGITAL,GO ONLINE) DI KOTA PAREPARE

Nur Ain Aziza¹, Fitriani²

Email : azizanurain10@gmail.com¹, fitri.fa29@gmail.com²

¹Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare

²Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Parepare

Jl.Jend. Ahmad Yani No.KM .6, Bukit Harapan, Kec.Soreang, Kota Parepare,Sulawesi Selatan
Kode Pos 91112

Abstrak

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian daerah, tetapi masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usaha, terutama dalam aspek digitalisasi dan pemasaran. Untuk mengatasi tantangan tersebut, Rumah BUMN hadir sebagai fasilitator dalam pemberdayaan UMKM melalui Program 3 Go (Go Modern, Go Digital, Go Online). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peran Rumah BUMN dalam pemberdayaan UMKM melalui Program 3 Go (Go Modern, Go Digital, Go Online) di Kota Parepare. Metode dan teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian ini peran Rumah BUMN dalam pemberdayaan UMKM di Kota Parepare sudah berperan baik terbukti dari kegiatan yang sering dilakukan di kantor plasa atau lebih tepatnya di Rumah BUMN kota Parepare, seperti pembuatan sertifikat halal, pelatihan desain promosi produk bahkan masi banyak lagi kegiatan yang dilakukan untuk pelaku UKM. Kegiatan tersebut dilakukan supaya pelaku UKM binaan Rumah BUMN lebih Modern lagi dalam mempromosikan penjualan mereka dengan menggunakan promosi yang menarik di sosial media dan memperluas jangkauan pemasaran mereka dengan membawa usaha mereka ke level berikutnya. tetapi masi ada juga pelaku UKM yang tidak mengikuti pelatihan atau pendampingan yang di lakukan oleh fasilitator Rumah BUMN.

Kata Kunci: Rumah BUMN, Pemberdayaan, 3 Go (Go Modern, Go Digital, Go Online)

Abstract

UMKM play a strategic role in the regional economy but still face various challenges in business development, particularly in digitalization and marketing. To address these challenges, Rumah BUMN serves as a facilitator for UMKM empowerment through the 3 Go Program (Go Modern, Go Digital, Go Online). This study aims to analyze the role of Rumah BUMN in empowering UMKM through the 3 Go Program in Parepare City. This research employs a qualitative method with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. The findings indicate that Rumah BUMN has played an active role in supporting UMKM, as evidenced by various activities conducted at the Rumah BUMN office in Parepare, such as halal certification assistance, product promotion design training, and many other programs for UMKM actors. These activities aim to help Rumah BUMN-assisted UMKM become more modern in promoting their products through attractive social media marketing and expanding their market reach to the next level. However, some UMKM actors have not participated in the training or mentoring programs provided by Rumah BUMN facilitators.

Keywords: Rumah BUMN, Empowerment, 3 Go (Go Modern, Go Digital, Go Online)

PENDAHULUAN

Rumah BUMN dibangun dan tersebar diseluruh Indonesia salah satunya di Kota Parepare yaitu Rumah BUMN Telkom Parepare yang diresmikan pada tanggal 6 Maret 2017 dan mulai beroperasi pada tanggal yang sama. Awal pembentukannya Rumah BUMN Telkom Parepare bernama Rumah Kreatif BUMN Telkom Parepare namun pada akhir tahun 2019 berubah menjadi Rumah BUMN Telkom Parepare. Dalam UU No.19 Tahun 2003 membahas tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Setiap BUMN memiliki tanggung jawab dan fokus

bisnis yang berbeda, dan Rumah BUMN hadir untuk memastikan bahwa BUMN tersebut beroperasi secara efisien dan saling mendukung dalam mencapai tujuan bersama.

Rumah BUMN adalah sebuah wadah bagi para BUMN untuk berkumpul, mengajar dan membina para pelaku UMKM untuk menjadi UKM Indonesia yang berkualitas. Rumah BUMN ini memiliki visi dan misi untuk mendampingi serta mendorong para pelaku UMKM dalam peningkatan kompetensi, akses permodalan dan pemasaran. Latar belakang didirikannya Rumah BUMN pertumbuhan pasar global telah menggeser paradigma bisnis nasional, dimana UKM memegang peranan penting dalam memakmurkan ekonomi Negara, baik melalui penciptaan lapangan kerja.

Setiap badan usaha memiliki tanggung jawab sosial dalam meningkatkan keberdayaan dan kesejahteraan masyarakat. Dalam penerapannya, istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau badan usaha dalam memberdayakan masyarakat tersebut dikenal dengan istilah Corporate Social Responsibility (CSR). Pemerintah sudah menerapkan diimplementasi melalui UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas pasal 1 ayat 3 yang berbunyi sebagai berikut: *“Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perusahaan untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat, baik untuk perusahaan itu sendiri, masyarakat setempat, dan masyarakat pada umumnya.”*

Menurut Mohammad Hamim dalam bukunya yang berjudul *Corporate Social Responsibility* pada tahun 2020 menjelaskan pengertian CSR adalah sebuah komitmen dari suatu bisnis atau perusahaan untuk dapat berperilaku secara etis dan dapat berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi yang berkesinambungan. Pemberdayaan menurut penjelasan yang dikemukakan oleh Titis Karlana (2022) diambil dari kata dasar “daya” yang berarti kekuatan atau kemampuan. Sehingga pemberdayaan dapat dimaknai sebagai upaya dalam rangka meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki oleh masyarakat sehingga mereka dapat mengaktualisasikan jati diri, hasrat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri, hasrat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri.

Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun kemampuan masyarakat, dengan mendorong, memotivasi, membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki dan berupaya untuk mengembangkan potensi itu menjadi tindakan nyata. Masyarakat diharapkan secara mandiri dan berkelanjutan dapat mengelola lembaga, sumber daya, dan potensi lokalnya masing-masing. Rumah BUMN juga menyediakan pelatihan bagi para pelaku UMKM sebanyak 1-3 kali dalam sebulan.

Go Modern diartikan sebagai perubahan pola pikir kewirausahaan yang sederhana menuju lebih profesional dengan kemampuan penguasaan ilmu manajerial yang baik. *Go Modern* juga dapat mencakup upaya untuk memberikan pelatihan dan pendidikan kepada pemilik UMKM agar mereka memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengelola bisnis mereka dengan cara yang lebih modern dan efektif. (Tri Mulyaningsih : 2022) *Go Modern* harus disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik khusus UMKM yang bersangkutan. Dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan, dan pemangku kepentingan lainnya juga dapat memainkan peran penting dalam dukungan transformasi dukungan UMKM.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini metode penelitian yang akan digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, yang mana metode kualitatif ini merupakan suatu jenis yang menggunakan metode fenomenologi dalam penelitian. Fenomenologi adalah sebuah metode yang dituntut peneliti untuk dapat menggali kebermanaknaan dari tema yang diangkat atau akan diteliti dengan merujuk pada pengalaman atau hal yang terjadi di lapangan. Menurut Harahap (2020), penelitian kualitatif adalah penelitian yang melakukan pemahaman dengan mengeksplorasi pada tiap individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial. Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Telkom Indonesia Witel Sulsel Barat Cabang Plasa Telkom Groub di Parepare yang beralamat di jalan. Bau Massepe, kec. Ujung, kota Parepare, Sulawesi Selatan.

Menurut Sugiono (2018), menjelaskan tentang sumber informasi dalam penelitian kualitatif adalah informan atau narasumber yang berhubungan dengan permasalahan penelitian dan mampu menyiapkan informasi sesuai situasi dan kondisi latar penelitian. Informan adalah orang dapat memberikan suatu penjelasan yang kaya dengan detail, dan komprehensif menyangkut dengan subjek yang sedang dicari untuk mengumpulkan data penelitian.

Ada 10 UMKM dan 2 Informan tambahan dalam penelitian ini yaitu:

1. UMKM SALILI SNACK
2. UMKM KERAJINAN DARI KERANG
3. UMKM RUMIRA COOKIES
4. UMKM PIZZA LAWANDA
5. KRIPIK BAWANG EBRO
6. BUMBU PECEL
7. MA'WIE
8. BANDENG NR
9. KRIPIK PISANG
10. PIA ANUGRAH

Informan tambahan:

1. Fasilitator Rumah BUMN (2 orang)

Teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Wawancara
Wawancara adalah proses Tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam artian dua atau lebih dengan keadaan bertatap muka dan mendengarkan secara langsung informasi atau keterangan dari pertanyaan yang diberikan kepada pelaku UMKM.
2. Observasi
Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian untuk melihat kegiatan langsung yang dilakukan UMKM atau tempat yang ingin diteliti.
3. Dokumentasi
Menurut Sugiyono (2018), dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.
4. Penarikan kesimpulan
Menurut Sugiyono (2018) kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.
5. Transkrip Data
Mentranskripsikan bahasa lisan dari sebuah wawancara kedalam format tulisan atau diketik dikenal sebagai transkripsi wawancara. Peneliti dapat secara akurat menganalisis mengintrepertasikan data kualitatif yang dikumpulkan dari wawancara penelitian kualitatif mereka berkat jenis transkrip yang tepat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Peran Rumah BUMN

Latar belakang dari peran rumah BUMN merupakan variabel yang sangat penting bagi pelaku UMKM untuk mengetahui apakah rumah BUMN telah berperan dengan baik.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada ibu Wahyuni Jabir selaku UMKM Salili Snack menyatakan bahwa:

"Rumah BUMN sangat berperan baik dalam usaha saya karena Rumah BUMN telah membantu saya dan pelaku UMKM untuk membuat logo halal, selain itu Rumah BUMN juga sering melakukan pelatihan-pelatihan bagi pelaku UMKM seperti pelatihan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan, penjualan online, dll."

Sedangkan wawancara yang dilakukan kepada ibu sitti Hadija selaku UMKM Kerajinan dari keran menyatakan bahwa:

"Tanggapan saya tentang Rumah BUMN sangat bagus sekali karna Rumah BUMN mendorong pelaku UMKM mulai dari usaha Online dan Offline Rumah BUMN juga memberikan modal usaha jadi dapat meningkatkan usaha bagi pelaku UMKM"

Berdasarkan pernyataan Informan diatas, dapat kita lihat bahwa Rumah BUMN sangat berperan penting dalam usaha pelaku UMKM karna tanpa adanya Rumah BUMN pelaku UMKM yang dulunya tidak mengetahui tentang bagaimana menghalalkan produk dan

mengelola data dengan baik kini mereka telah mengetahui bagaimana mengelola data dengan cara offline atau online.

Selain mengelola data dan membuat sertifikat halal produk, Rumah BUMN juga sering mengadakan Expo di kantor ataupun diluar kantor. Rumah BUMN juga sering mengadakan pelatihan-pelatihan bagi pelaku UMKM.

2. Pemberdayaan UMKM

Pemberdayaan UMKM merupakan indicator wawancara yang sangat penting, dengan mengetahui bahwa bagaimana pemberdayaan usaha mereka setelah bergabung di Rumah BUMN.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada ibu Wahyuni Jabir selaku UMKM Salili Snack mengatakan bahwa:

“Setelah bergabung di Rumah BUMN dan mendapatkan modal dari Rumah BUMN usaha saya menjadi meningkat mulai dari pengemasannya yang dulunya menggunakan plastik biasa saja skarang sudah mempunyai kemasan sendiri bahkan produk saya sudah keluar daerah dan telah masuk di toko-toko”

Selanjutnya wawancara yang telah dilakukan kepada ibu Haslinda selaku UMKM Rumira Cookies menyatakan bahwa”

“Alhamdulillah usaha saya telah meningkat setiap tahunnya yang dulunya Cuma mempunyai usaha kasem (kacang sembunyi) sekarang sudah mempunyai berbagai jenis kue tapi pastinya tidak juga selalu meningkat tapi adalah”

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada 3 UMKM maka dapat kita lihat bahwa pemberdayaan di kota Parepare masih belum terlalu meningkat bahkan masi ada yang tidak terlalu terkenal tetapi sudah terkenal di luar daerah. Jadi pemberdayaan UMKM di kota Parepare mungkin bisa lebih di tingkatkan lagi.

3. 3 Go (Go Modern, Go Digital, Go Online)

3 Go (Go Modern, Go Digital, Go Online) merupakan indicator wawancara yang sangat penting, dengan mengetahui Apakah pelaku UMKM telah menerapkan 3 Go (Go Modern, Go Digital, Go Online) dalam usaha mereka.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada ibu Wahyuni Jabir selaku UMKM Salili Snack mengatakan bahwa:

“Ya, saya sudah menerapkannya sejak awal merintis usaha, karena cakupan penjualan jadi lebih luas hingga ke provinsi lain, juga meningkatnya jumlah reseller dari beberapa daerah”

Sedangkan wawancara yang dilakukan kepada ibu Sitti Hadijah selaku UMKM Kerajinan dari keran menyatakan bahwa:

“iya, karna ketika kita menggunakan 3 Go dalam usaha, maka dapat dilihat dari seluruh pengguna sosial media mulai dari Facebook, Instagram, Dan Kayak Toko Pedia,Shopee, dll.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Informan di atas maka dapat kita lihat bahwa 3 Go ini sangat perlu bagi kalangan UMKM untuk melakukan penjualan melalui sosial media. Apalagi dilihat dari era modern saat ini banyak persaingan dari kalangan pengusaha makanya diperlukan sosial media dalam memproduksi produknya. Media sosial memang sangat berperan dalam mengembangkan bisnis serta menjangkau orang luar dari segi temen online untuk dapat melihat produk mereka lewat media sosial.

4. Pemberdayaan

Pemberdayaan BUMN Telkom Parepare berfokus pada pengembangan kapasitas dan potensi UMKM serta masyarakat sekitar. Ini mencakup pelatihan keterampilan, penyediaan fasilitas bisnis, dan dukungan finansial. Program-program ini dirancang untuk membantu pelaku UMKM meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jaringan bisnis, dan mengakses pasar yang lebih luas. Sehingga penanya menanyakan apa aspek pemberdayaan yang paling efektif di rumah BUMN Telkom Parepare menurut anda sehingga ibu Wahyuni Jabir mengatakan:

“Menurut saya, aspek pemberdayaan yang paling efektif di Rumah BUMN Telkom Parepare adalah pelatihan keterampilan dan pengembangan kapasitas untuk UMKM lokal.

Melalui berbagai program pelatihan, UMKM dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka. Selain itu, pendampingan berkelanjutan yang kami tawarkan membantu pelaku UMKM dalam mengatasi tantangan sehari-hari dan meraih keberhasilan jangka panjang. Kami juga fokus pada pembentukan jaringan bisnis yang kuat, yang mempermudah UMKM untuk mendapatkan akses ke pasar dan sumber daya yang lebih luas."

Selanjutnya wawancara yang dilakukan kepada ibu Haslinda selaku UMKM Rumira Cookies menyatakan bahwa:

"Bagi saya, aspek pemberdayaan yang paling berpengaruh adalah akses ke fasilitas dan infrastruktur yang disediakan oleh Rumah BUMN Telkom Parepare. Misalnya, fasilitas ruang kerja bersama, teknologi, dan akses ke jaringan bisnis yang lebih luas telah membantu kami dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pasar kami. Selain itu, dukungan finansial berupa bantuan modal atau akses ke pendanaan juga sangat membantu dalam pengembangan usaha kami. Program ini benar-benar memberikan dorongan yang diperlukan untuk UMKM agar dapat bersaing dan berkembang."

Sedangkan wawancara yang dilakukan kepada ibu Sitti Hadijah selaku UMKM Kerajinan dari keran menyatakan bahwa:

"Aspek pemberdayaan yang paling efektif di Rumah BUMN Telkom Parepare, menurut saya, adalah keterlibatan komunitas lokal dalam pengambilan keputusan dan implementasi program. Dengan melibatkan masyarakat lokal dalam proses ini, kami memastikan bahwa program yang dijalankan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan potensi lokal. Ini juga menciptakan rasa kepemilikan dan tanggung jawab di kalangan masyarakat, yang pada akhirnya meningkatkan efektivitas dan keberhasilan program. Program-program yang dirancang bersama komunitas sering kali menghasilkan dampak yang lebih besar dan lebih berkelanjutan."

5. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah istilah yang sering terdengar, terutama yang berkaitan dengan perusahaan. Kepanjangan CSR adalah Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan. Secara sederhana, CSR adalah kegiatan perusahaan yang memiliki tanggung jawab secara sosial kepada masyarakat sekitar dan masyarakat secara luas hingga pemangku kepentingan. sehingga penanya menanyakan apa tantangan yang dihadapi UMKM dalam menjalankan CSR, dan bagaimana Rumah BUMN Telkom Parepare membantu mengatasinya sehingga ibu Wahyuni Jabir mengatakan:

"Tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam menjalankan CSR adalah keterbatasan sumber daya dan kurangnya pemahaman tentang implementasi CSR yang efektif. Rumah BUMN Telkom Parepare membantu mengatasi hal ini dengan menyediakan pelatihan dan workshop tentang strategi CSR, serta memberikan panduan praktis dan dukungan teknis. Kami juga menawarkan akses ke sumber daya dan jaringan yang dapat mempermudah pelaku UMKM dalam mengembangkan program CSR yang sesuai dengan kapasitas mereka."

Selanjutnya wawancara yang dilakukan kepada ibu Haslinda selaku UMKM Rumira Cookies menyatakan bahwa:

"Salah satu tantangan terbesar adalah kurangnya dana untuk mendukung inisiatif CSR yang berarti. Rumah BUMN Telkom Parepare membantu dengan memberikan bantuan modal atau memfasilitasi akses ke pendanaan untuk proyek CSR. Selain itu, mereka juga menyediakan platform untuk berbagi pengalaman dan belajar dari UMKM lain yang sudah sukses dalam menjalankan CSR, sehingga kami bisa mendapatkan ide dan solusi yang aplikatif untuk bisnis kami."

Sedangkan wawancara yang dilakukan kepada ibu Sitti Hadijah selaku UMKM Kerajinan dari keran menyatakan bahwa:

"UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam hal perencanaan dan evaluasi dampak CSR. Rumah BUMN Telkom Parepare membantu mengatasi masalah ini dengan

memberikan bimbingan dalam merancang program CSR yang strategis dan menawarkan dukungan dalam evaluasi dampak. Dengan adanya bantuan ini, UMKM bisa lebih fokus pada pelaksanaan program dan memastikan bahwa inisiatif CSR mereka memberikan manfaat yang nyata bagi komunitas."

Pembahasan

1. Peran Rumah BUMN Dalam Pemberdayaan UMKM Melalui Program 3 Go (Go Modern, Go Digital, Go Online) Di Kota Parepare.

Rumah BUMN (RB) adalah program CSR (*Corporate Social Responsibility*) kementerian BUMN yang bertujuan untuk membantu pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UKM) Indonesia dalam menghadapi tantangan-tantangan pengembangan usaha: akses permodalan, akses pasar, peningkatan kompetensi. Berdasarkan data dari rumah-bumn.id, Rumah BUMN telah memiliki 247 cabang di seluruh Indonesia. Jumlah ini merupakan akumulasi dari berbagai BUMN yang ditugaskan untuk melaksanakan pembinaan pada Rumah BUMN. Pada setiap lokasi, para pelaku UMKM dapat melakukan seluruh kegiatan bisnis.

Go Modern pada level 1 berfokus bagi para pelaku UMKM yang masih memiliki produk saja dan belum memiliki *brand*. Hal ini kemudian membuat mereka memerlukan pelatihan dalam mencapai *brand*. Luran yang diharapkan dari proses ini adalah *brand* sehingga memudahkan pelaku UMKM untuk memiliki ciri khas yang kuat dalam menghasilkan produk.

Pada level 2, pelatihan *Go Modern* akan diberikan kepada para pelaku UMKM yang sudah memiliki brand, tetapi belum memiliki kesan yang menarik. Kesan yang menarik ini membuat pelaku usaha masih kesulitan untuk menginterpretasikan karakteristik usahanya kepada para konsumen. Hal ini yang membuat pelatihan berfokus untuk membuat kemasan yang menarik. Tidak hanya itu, para peserta juga akan mendapatkan materi mengenai standarisasi dan perizinan. Standarisasi produk mencakup materi mengenai Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), Halal, BPOM, dan berbagai perizinan lainnya. Setelah mengikuti pelatihan ini, peserta diharapkan mampu memiliki kemasan yang menarik. Selain itu, peserta juga diharapkan memiliki izin dan legalitas yang diperlukan. Pada level terakhir, yaitu level 3, pelatihan *Go Modern* akan diberikan kepada para pelaku UMKM yang belum memiliki pengelolaan bisnis yang baik. Bentuk pengelolaan bisnis yang baik ini mencakup pengelolaan bisnis yang mayoritas berkaitan dengan keuangan, seperti pajak, akuntansi sederhana dan aspek lainnya. Topik ini yang akan dibawakan pada pelatihan di level 3.

Luaran yang diharapkan pada pelatihan ini adalah para pelaku UMKM yang mampu mengelola bisnis dengan lebih baik dengan melakukan pencatatan keuangan serta membayarkan pajak.

Rumah BUMN adalah sebuah wadah bagi para BUMN untuk berkumpul, mengajar dan membina para pelaku UMKM untuk menjadi UKM yang berkualitas. Rumah BUMN merujuk pada *holding* atau induk dari sejumlah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia. Pada dasarnya adalah yang bertanggung jawab atas koordinasi, pengelolaan, dan pengembangan berbagai BUMN di bawah naungannya. (Rumah BUMN.id) Visi dan Misi Rumah BUMN. Rumah BUMN akan mendampingi dan mendorong para pelaku UKM dalam menjawab tantangan utama pengembangan Usaha UKM dalam hal peningkatan kompetensi, Peningkatan Akses Pemasaran dan kemudahan akses permodalan. Dalam UU No. 19 Tahun 2003 membahas tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN) setiap BUMN memiliki tanggung jawab dan fokus bisnis yang berbeda, dan Rumah BUMN hadir untuk memastikan bahwa BUMN tersebut beroperasi secara efisien dan saling mendukung dalam mencapai tujuan bersama. Rumah BUMN juga memiliki peran dalam pemberdayaan UMKM, seperti *Go Modern, Go Digital, Go Online*.

Manfaat Rumah BUMN menyediakan informasi dan akses ke berbagai sumber pembiayaan, baik dari BUMN maupun lembaga keuangan lainnya, yang bisa digunakan untuk modal usaha dan pengembangan bisnis. Rumah BUMN juga membantu UMKM mendapatkan akses ke pasar yang lebih luas, baik lokal maupun internasional, melalui berbagai program pemasaran dan pameran produk.

UMKM adalah kegiatan ekonomi rakyat yang punya kekayaan bersih maksimal Rp 200.000.000, dimana tanah dan bangunan tempat usaha tidak diperhitungkan. Atau mereka yang punya omset penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- dan milik

warga Negara Indonesia. Bidang-bidang UMKM beragam mulai dari fashion, kuliner, kerajinan hingga pertanian. (M.Kwartono 2023) UMKM adalah pengembangan empat kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan Indonesia, yaitu; industri manufaktur, agribisnis, bisnis kelautan dan sumber daya manusia. (Ina priamiana 2023)

Pemberdayaan menurut penjelasan yang dikemukakan oleh titis karlena : 2022 diambil dari kata dasar “Daya” yang berarti kekuatan atau kemampuan. Sehingga pemberdayaan dapat memaknai sebagai upaya dalam rangka meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki oleh masyarakat sehingga mereka dapat mengaktualisasikan jati diri, hasrat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri.

Pemberdayaan UMKM merupakan hal yang sangat penting bagi perekonomian global karena UMKM merupakan tulang punggung perekonomian dunia. (Sri Mulyani:2023) Pemberdayaan adalah upaya peningkatan harta dan martabak golongan warga tertentu yang ada didalam kondisi kemiskinan dan keterbelakangan. Meningkatkan pemberdayaan masyarakat melalui kewirausahaan merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kemandirian ekonomi di Indonesia. (Eko Sudarmanto: 2020)

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh FEBRIYANI TRI NUGRAHA 2022 dimana mengatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan pemasaran produk usaha mikro kecil pada umumnya sudah terlaksana, yaitu pelaku usaha mikro kecil telah menggunakan teknologi digital dalam pemasaran dan promosi produknya, akan tetapi masih dalam bentuk yang sederhana sehingga perlu adanya inovasi dan kreatifitas. Hal ini dikarenakan peserta yang memiliki usia lanjut mengalami kesulitan dalam memahami materi dan pelatihan yang dilakukan dalam pelaksanaan program *Digital Entrepreneur Academy (DEA)*.

2. Dampak Penerapan Program 3 Go oleh Rumah BUMN terhadap peningkatan Kapasitas dan Produktivitas UMKM di Kota Parepare.

Penerapan Digitalisasi dalam UMKM perlu memaksimalkan agar dapat menembus batasan pemasaran. Bila dulu ruang lingkup hanya sebatas masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi toko, maka sekarang UMKM dapat memanfaatkan ekosistem digital menggunakan media sosial, serta webside demi memperluas jangkauan pasar. Peningkatan Kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu langkah yang penting untuk meningkatkan daya saing dan kontribusi UMKM terhadap perekonomian. UMKM ini membutuhkan pelatihan tentang pentingnya pemanfaatan digital marketing agar sistem promosinya menjadi lebih baik dan mampu meningkatkan kapasitas usaha. Langkah-langkah strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kapasitas usaha pada pengusaha UMKM yaitu:

- a Kreatifitas dan Inovasi produk
- b Strategi Pemasaran,
- c Digital Marketing.

Manfaat dari pelatihan tersebut yaitu untuk meningkatkan kemampuan perusahaan agar memiliki wawasan dan pengetahuan baru yang dapat meningkatkan kegiatan usahanya serta meningkatkan omset penjualan. Perkembangan didunia bisnis yang sangat kompetitif para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan digitalisasi sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga mampu meningkatkan kapasitas usaha. Media sosial memiliki potensi yang bagus dan sangat berpotensi untuk memajukan UMKM. Media sosial jika diaplikasikan dengan konsisten akan sangat berpotensi meningkatkan produktivitas dari UMKM. Media sosial sangat membantu percepatan informasi pemasaran, ulasan dan penerukan dari konsumen, mempercepat hubungan dengan konsumen dan memiliki kemampuan untuk menjangkau konsumen dari berbagai kalangan di dalam atau di luar daerah bahkan di Luar Negeri.

Berdasarkan Informan yang diperoleh selama wawancara dan observasi serta beberapa informasi terkait Dampak penerapan program 3 Go oleh Rumah BUMN terhadap peningkatan kapasitas dan produktivitas UMKM di kota Parepare tepatnya di Rumah BUMN dan pelaku UMKM sudah menerapkan peningkatan kapasitas setiap bulannya sedangkan produktivitas diterapkan di setiap harinya dengan menggunakan 3 Go dengan baik dalam penjualan mereka. Dampak yang di terjadi setelah menerapkan 3 Go tersebut yaitu sangat baik tetapi ada juga dampak yang dapat merugikan mereka, seperti ketika

mereka telah menerima pesanan dari konsumen lewat Whatsaap tetapi tiba-tiba konsumen tersebut membatalkan pesanan mereka jadi dapat merugikan bagi pelaku usaha.

Penerapan program 3 Go di UMKM juga sangat berpengaruh bagi para pelaku UMKM, di era saat ini, tiap pebisnis ditantang untuk memilih bertahan dengan modal usaha lama atau mempertimbangkan akses *platform digital* untuk menciptakan peluang baru. Sayangnya masih banyak pelaku usaha yang belum menyadari pentingnya digitalisasi UMKM di era saat ini. Itu dibuktikan dengan kecilnya persentase pelaku UMKM yang telah terkoneksi secara digital, yakni hanya 13% atau setara delapan juta orang dan untuk kalangan yang sudah lanjut usia. Padahal penting bagi pelaku UMKM untuk *Go Digital*, sebab komunikasi antara pebisnis dan konsumen menjadi semakin mudah sehingga peluang peningkatan belanja konsumen pun besar dan roda ekonomi dapat diputar kembali. Maka pentingnya bagi pelaku UMKM untuk memulai beralih ke digital dan membangun toko online yang akses konsumen hanya bermodalkan *Smartphone*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini peran Rumah BUMN dalam pemberdayaan UMKM melalui program 3 Go (*Go Modern, Go Digital, Go Online*) di Kota Parepare bahwa sudah berperan baik terbukti dari kegiatan yang sering dilakukan di Kantor Plasa atau lebih tepatnya di Rumah BUMN kota Parepare, seperti pembuatan sertifikat halal, pelatihan desain promosi produk bahkan masih banyak lagi kegiatan yang dilakukan untuk pelaku UKM. kegiatan tersebut dilakukan supaya pelaku UKM binaan Rumah BUMN lebih modern lagi dalam mempromosikan penjualan mereka dengan menggunakan promosi yang menarik di sosial media dan memperluas jangkauan pemasaran mereka dengan membawa usaha mereka ke level berikutnya. Tetapi masih ada juga pelaku UKM yang tidak mengikuti pelatihan atau pendampingan yang dilakukan oleh fasilitator Rumah BUMN. Seperti yang telah dibahas di atas Rumah BUMN mempunyai peran yaitu salah satunya 3 Go (*Go Modern, Go Digital, Go Online*) :

1. *Go Modern* diartikan sebagai perubahan pola pikir kewirausahaan yang sederhana menuju profesional dengan kemampuan penguasaan ilmu manajerial yang baik.
2. *Go Digital* dapat diartikan sebagai alat sosial media untuk melakukan penjualan melalui berbagai aplikasi seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, Dll.
3. *Go Online* dapat diartikan sebagai *penggunaan market place/E-commerce* seperti Shopee, Toko pedia, Lazada, Dll.

Setelah diterapkan peran 3 Go (*Go Modern, Go Digital, Go Online*) dalam usaha UMKM maka para pelaku UMKM menjadi lebih produktifitas dan sudah memenuhi kapasitas dalam penjualan-nya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka adapun beberapa saran yang diberikan oleh peneliti yaitu:

1. Diharapkan kepada pelaku UMKM semoga selalu menerapkan 3 Go dalam usaha mereka,
2. Diharapkan kepada pelaku UMKM supaya tidak bosan untuk selalu meng upgrade produk mereka,
3. Diharapkan kepada pelaku UMKM selalu mengikuti pelatihan dan kegiatan yang dilakukan di kantor,
4. Diharapkan kepada fasilitator kantor supaya memperluas lagi tempat penyimpanan produk yang ada di kantor,

DAFTAR PUSTAKA

- Adminkoperasi. 2023. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menurut UU No.20 Tahun 2008 tentang UMKM.
- Arya. 2023. Mengembangkan kapasitas dan kapabilitas UMKM melalui kegiatan kolaborasi, baik dengan BUMN, Instansi, *Start Up*, Komunitas, maupun pemerintahan.
- Alase. 2017. Fenomonologi sebuah metodologi kualitatif yang mengizinkan peneliti menerapkan dan mengaplikasikan kemampuan subjektif.

- Amartha 2024. Pengertian UMKM, Jenis, Fungsi, dan Cara Mendaftarnya.
- Brayan Eisenbery.2022. Go Digital melibatkan transformasi bisnis melalui pemanfaatan teknologi digital
- Ditjen Aptika. 2022. Artikel UMKM *Go Online* cari mitra baru si HUB.ID Summit 2022 : Admin Aptika.
- Eko Sudarmanto 2021. Konsep dasar pengabdian kepada masyarakat : pembangunan dan pemberdayaan. Syamsul Dwi Maarif, Tirto.id.
- Fumina Lestari. 2023. Peran dan pentingnya BUMN dalam perekonomian Indonesia : Fumina Lestari.
- Febriyana Tri Nugraha. 2022. Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro Kecil Melalui Program Digital *Entrepreneur Academy (DEA)* oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Blora Provinsi Jawa Tengah : Putri Nugraha.
- Fauzan, Ahmad. 2022. Kepatuhan wajib pajak atas no. 23 tahun 2018 pada sektor UMKM dan penerapan uu harmonisasi peraturan perpajakan. Program Studi Strata 1 Akutansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Firdilla kurnia. 2023. Analisis data : Definisi, Jenis, Model, Sampai prosedur.
- Harahap. 2020. Penelitian kualitatif penelitian yang memiliki pemahaman dengan mengeksplorasi pada setiap individu
- Idrus, i. (2021). Pemberdayaan UMKM melalui program pendampingan pemasaran usaha ternak sapi di Desa Bulu Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidrap. *Bemas: jurnal bermasyarakat*, 1(2), 68-73.
- Ina Priamiana. 2023. Pengembangan kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan Indonesia
- Kusesvara, N. A., & Astuti, R. F. (2023, December). PERAN RUMAH BUMN DALAM PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI KOTA SAMARINDA. In *Educational Studies: Conference Series* (Vol. 3, No. 2, pp. 283-292).
- Krisna Sanarta. 2023. Kewajiban CSR Perusahaan dalam Peraturan Perundang-undangan.
- Lasmi Ariyanti. 2023. Artikel Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM : PTPN Mahir KPPN Cirebon.
- Muhammad Miqdad Robbani. 2022. Peran Rumah BUMN Bagi UMKM : Banu Rinaldi.
- Maryanto Saputra. 2021. 3 faktor penerapan Digitalisasi pada UMKM.
- Meinarni, N. P. S., SH, L. M., Iswara, I. B. A. I., Kom, S., Kom, M., Wijaya, I. N. S. W., & SE, M. (2020). *UMKM Goes Online Regulasi E-Commerce*. Deepublish.
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021, November). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 294-300).
- Mariza Arfina, Dkk. 2020. Go Online pengembangan sebuah bisnis yang sebelumnya berjalan di dunia Offline.
- M.Kwartono.2023. kegiatan ekonomi Rakyat Indonesia di bidang-bidang UMKM

- Mohammad Hamim. 2020. *Corporate Social Responsibility*.
- Natalia. 2021. Go Digital, Solusi UMKM untuk maju di tengah pandemi : Bisnis dan UKM
- Nur Avivah Kusesvara, 2023. Peran Rumah BUMN Dalam Pengembangan Usaha UMKM di Kota Parepare.
- Putri Shinditya Ramadhan. 2020. Peran pembinaan UMKM terhadap perkembangan UMKM (studi pada Rumah BUMN Bank BRI cabang Semarang).
- Rehan Maliardi. 2023. Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Digital (Studi kasus pada Forum UMKM Kompak di Kecamatan Larangan).
- Republik Indonesia, Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Bab 1, Pasal 1
- Sugiono.2018. metode penelitian kualitatif, kualitatif R&D, penerbitan alfabeta bandung.
- Salman Al Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto. 2022. Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*.
- Sri Kasnelly, H. Ahmad Luthfi. 2021. Peranan pemberdayaan UMKM dalam pemulihan sosial ekonomi nasional.
- Semuel. 2022. Bangkitkan Ekonomi Nasional pasca pandemi, kominfo luncurkan program adopsi teknologi digital 4.0 Bagi UMKM : Fatimah Rahmawati.
- Samsudin 2021 Rumah BUMN adalah rumah bersama yang berperan sebagai pusat data dan informasi, pusat edukasi, pengembangan, dan digitalisasi sektor UMKM.
- Setiyanto, B., Widianoro, C. W., Wahyuningsih, P., & Achyani, Y. E. (2022). Edukasi Pemanfaatan Aplikasi Marketplace Dalam Menunjang Kegiatan Pemasaran Pelaku UMKM Pada Rumah BUMN Purbalingga. *TRIDARMA: Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)*, 5(1), 1-9.
- Tri Mulyaningsih, Selfia Bintariningtyas, Arif Rahman Hakim, dan Mulyadi Mulyadi. 2022. UMKM Naik kelas dengan *Go Modern* bagi sektor usaha kuliner di mojolaban Kabupaten Sukoharjo. *Kuat : Keuangan Umum dan Akutansi terapan*.
- Telly Siwi Nestitie. 2021. Analisis Program pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah Rumah Kreatif BUMN Kota Cirebon.
- Widiyanti. 2020. UMKM memegang peran yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia.
- Zahra, S. 2022. Definisi, Kriteria dan Konsep UMKM.