

Kampus Utama

Firza Farizan Aulia 222020100102 semua BAB.docx

-  bulqis
-  Kampus 3
-  Perpustakaan

Document Details

Submission ID

trn:oid::1:3659851215

Submission Date

Sep 25, 2026, 8:39 PM GMT+7

Download Date

Sep 25, 2026, 8:43 PM GMT+7

File Name

Firza_Farizan_Aulia_222020100102_semua_BAB.docx

File Size

6.4 MB

12 Pages

6,708 Words

53,601 Characters

11% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 11%  Internet sources
- 11%  Publications
- 11%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 11%  Internet sources
- 11%  Publications
- 11%  Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1 Student papers

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo 11%

Effectiveness of the TukuoYuk Platform in Supporting the Growth of MSMEs in Sidoarjo

[Efektivitas Platform TukuoYuk dalam Pertumbuhan UMKM di Sidoarjo]

Firza Farizan Aulia ¹⁾, Hendra Sukmana ^{*,2)}

¹⁾ Program Studi Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

²⁾ Program Studi Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

*Email Penulis Korespondensi : hendra.sukmana@umsida.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze the effectiveness of the TukuoYuk platform in supporting business growth among MSMEs in Sidoarjo Regency. The study employed a descriptive qualitative method and was conducted at the Department of Cooperatives and Micro Enterprises of Sidoarjo Regency. Data were collected through observation, interviews, and documentation, with informants selected using purposive sampling, consisting of TukuoYuk platform administrators, sellers or business actors, and buyers as platform users. Data analysis employed the Miles and Huberman interactive model, consisting of data reduction, data presentation, and verification or conclusion drawing. The study focused on five indicators of program effectiveness: program understanding, target accuracy, timeliness, goal achievement, and tangible changes. The results show that TukuoYuk is fairly effective in supporting business growth. Business actors have a sufficient understanding of the platform through socialization and training, although technological adaptation remains a challenge. In terms of target accuracy, 70% of users are businesses that had not previously sold products online, while 85% come from micro and small enterprises. Program implementation reached 5,300 users against a target of 5,000, although technical issues occurred during periods of high traffic. The use of TukuoYuk contributed to increased turnover, online sales, order values, market reach, digital capabilities, marketing strategies, business skills, and collaboration among business actors. However, the platform's reach remains limited, covering only 1.5% of the total MSMEs in Sidoarjo. Therefore, stronger integration with other empowerment programs is needed to support the long-term sustainability of the platform*

Keywords - Effectiveness, Platform, MSMEs, TukuoYuk

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas platform TukuoYuk dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dilaksanakan di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan informan yang dipilih secara purposive sampling, terdiri atas pengelola aplikasi TukuoYuk, penjual atau pelaku usaha, dan pembeli sebagai pengguna platform. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian data, serta verifikasi atau penarikan kesimpulan. Fokus penelitian berdasarkan lima indikator efektivitas, yaitu pemahaman program, ketepatan sasaran, ketepatan waktu, tercapainya tujuan, dan perubahan nyata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TukuoYuk cukup efektif dalam mendukung pertumbuhan usaha. Pelaku usaha cukup memahami penggunaan platform melalui sosialisasi dan pelatihan, meskipun adaptasi teknologi masih menjadi kendala. Dari aspek ketepatan sasaran, 70% pengguna merupakan usaha yang sebelumnya belum berjualan secara online dan 85% berasal dari usaha mikro dan kecil. Pelaksanaan program mencapai 5.300 pengguna dari target 5.000, meskipun terdapat kendala teknis saat trafik tinggi. Penggunaan TukuoYuk berkontribusi terhadap peningkatan omzet, penjualan online, nilai pesanan, perluasan pasar, kemampuan digital, strategi pemasaran, keterampilan usaha, dan kolaborasi antarpelaku usaha. Namun, jangkauan platform masih terbatas, yaitu baru mencapai 1,5% dari keseluruhan UMKM di Sidoarjo, sehingga diperlukan integrasi yang lebih kuat dengan program pemberdayaan lainnya untuk mendukung keberlanjutan program.

Kata Kunci - Efektivitas, Platform, UMKM, TukuoYuk

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) [1]. Data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian menunjukkan bahwa UMKM menyumbang sekitar 61% atau setara Rp9.580 triliun terhadap PDB nasional [2]. Selain menjadi pilar penting dalam pemulihan ekonomi pascapandemi Covid-19 [3], besarnya kontribusi ini menegaskan pentingnya upaya pengembangan UMKM secara berkelanjutan di Indonesia. Kendati demikian, para pelaku UMKM masih sering menghadapi berbagai kendala, seperti ketidakstabilan pendapatan dan ketatnya

persaingan pasar [4]. Penerapan teknologi digital secara optimal dalam aktivitas bisnis terbukti mampu memberikan keuntungan yang lebih besar bagi UMKM [5], salah satunya melalui pemanfaatan strategi pemasaran digital sebagai sarana komunikasi yang efektif dengan calon konsumen [6].

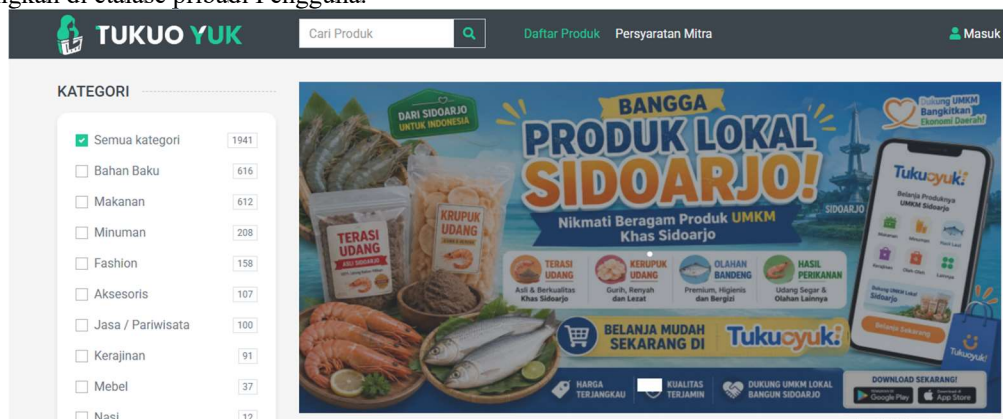
Secara nasional dan daerah, upaya pengembangan serta digitalisasi UMKM berlandaskan pada hierarki regulasi dari tingkat pusat hingga daerah sebagai berikut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, yang mengamanatkan kewajiban pemerintah dalam menyediakan fasilitas promosi dan pemberdayaan bagi pelaku usaha mikro. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM, yang memperkuat landasan regulasi dalam pemberian kemudahan berusaha dan pemberdayaan UMKM secara terpadu. Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) [7]. SPBE mendasari penyelenggaraan pemerintahan berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk mewujudkan tata kelola yang bersih, efektif, transparan, dan akuntabel, serta memberikan layanan publik yang berkualitas dan terpercaya [8]. Peraturan Bupati Sidoarjo Nomor 14 Tahun 2022, yang mengatur tugas Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo sebagai dasar pelaksanaan kegiatan pembinaan, pengembangan, serta pendorong promosi bagi para pelaku UMKM lokal [9]. Sebagai wujud implementasi regulasi tersebut, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo menghadirkan Tukuoyuk, sebuah platform digital yang memfasilitasi UMKM di Kabupaten Sidoarjo untuk memasarkan produknya secara daring [10]. Platform ini memberikan kesempatan kepada pengguna terdaftar untuk menjadi penjual (*seller*) dengan membuka toko dan menawarkan produk mereka. Mengingat UMKM di Sidoarjo memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta menyerap tenaga kerja, keberadaan Tukuoyuk diharapkan dapat membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Platform ini tidak hanya menyediakan sarana penjualan daring, tetapi juga memberikan pelatihan digital marketing, manajemen usaha, dan pendampingan teknis bagi para pelaku UMKM. Hal ini membantu meningkatkan kapasitas dan daya saing produk-produk lokal di pasar yang lebih luas. Data dari website <https://tukuoyuk.sidoarjokab.go.id/> menunjukkan bahwa UMKM yang bergabung dengan Tukuoyuk mengalami peningkatan omzet rata-rata sebesar 30% dalam enam bulan pertama. Pemerintah Kabupaten Sidoarjo mendukung penuh keberadaan platform Tukuoyuk melalui berbagai kebijakan dan program pendampingan. Kolaborasi antara pemerintah, komunitas UMKM, dan Tukuoyuk telah menciptakan ekosistem digital yang kondusif bagi pertumbuhan ekonomi lokal. Sebagai kota industri yang memiliki banyak UMKM potensial. Berdasarkan data Lokasi produk yang ada di aplikasi Tukuoyuk dapat dijabarkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Jumlah Produk Tiap Kecamatan

No	Nama Kecamatan	Jumlah penjual jenis produk		Total Produk
		Pangan	Non pangan	
1	Kecamatan Tarik	5	7	12
2	Kecamatan Prambon	12	8	20
3	Kecamatan Krembung	11	10	21
4	Kecamatan Porong	27	30	57
5	Kecamatan Jabon	1	10	11
6	Kecamatan Tanggulangin	24	53	77
7	Kecamatan Candi	19	40	59
8	Kecamatan Sidoarjo	64	81	145
9	Kecamatan Tulangan	15	21	36
10	Kecamatan Wonoayu	7	29	36
11	Kecamatan Krian	33	60	93
12	Kecamatan Balongbendo	19	20	39
13	Kecamatan Taman	18	17	35
14	Kecamatan Sukodono	23	36	59
15	Kecamatan Buduran	18	13	31
16	Kecamatan Gedangan	25	35	60
17	Kecamatan Sedati	2	11	13
18	Kecamatan Waru	20	86	106
	Total	343	567	910

(Sumber : Aplikasi Tukuoyuk <https://tukuoyuk.sidoarjokab.go.id/?limit=18&page=4>)

Berdasarkan Tabel 1 dapat dijabarkan bahwa dari 18 kecamatan di kabupaten Sidoarjo, jumlah produk yang ditawarkan di tiap-tiap kecamatan relatif beragam yaitu penjual berjenis produk pangan maupun non pangan yang berupa barang atau jasa, hal ini menunjukkan masih ada potensi yang lebih besar lagi Aplikasi Tukuoyuk menjadi marketplace marketplace ialah sebagai platform digital yang menjadi tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk menawarkan, memasarkan, dan melakukan transaksi produk atau jasa secara online. Yang menjadi wadah bagi para UMKM untuk memasarkan dan promosi di aplikasi tersebut. Efektivitas platform Tukuoyuk dalam meningkatkan usaha UMKM di Sidoarjo terlihat dari beberapa aspek penting yang mendukung pengembangan bisnis lokal. Pertama, Tukuoyuk berfungsi sebagai platform online yang memfasilitasi penjualan produk UMKM, memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. Program ini berjalan dengan mekanisme bagi mitra atau merchant antara lain BerKTP Sidoarjo, Terdaftar di ditakopum.sidoarjokab.go.id, Mengisi Formulir Kemitraan Tukuoyuk dan Memiliki Ijin Usaha (NIB, PIRT). Tukuoyuk tidak memiliki Rekening dan atau memfasilitas apapun terkait sistem pembayaran dll. Mekanisme pembayaran dilakukan secara mandiri oleh pengguna dengan penjual secara manual, transaksi jual beli langsung diarahkan langsung di nomor whatsapp penjual, Pengguna yang akan bertindak sebagai Penjual diwajibkan memilih pilihan menggunakan layanan Tukuoyuk *Seller*. Setelah menggunakan layanan Tukuoyuk *Seller*, Pengguna berhak melakukan pengaturan terhadap item-item yang akan diperdagangkan di etalase pribadi Pengguna.



Gambar 1. Beranda Tukuoyuk <https://tukuoyuk.sidoarjokab.go.id/?limit=18&page=4>

Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo berperan aktif dalam menyediakan fasilitas dan dukungan bagi para pelaku usaha untuk memanfaatkan platform ini. Meskipun ada tantangan dalam hal pemahaman dan penggunaan teknologi oleh UMKM, upaya pemerintah daerah dalam mendukung transisi ke pemasaran digital menunjukkan potensi positif bagi pertumbuhan sektor UMKM di Sidoarjo. Penelitian terdahulu dari Putri (2024) dengan judul *Effectiveness of Implementing the Tukuoyuk Platform in the Development of the MSME Sector in Sidoarjo Regency* menyimpulkan bahwa implementasi platform Tukuoyuk di Kabupaten Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo dilihat dari lima indikator. Pertama, pemahaman terhadap program platform masih perlu masih perlu ditingkatkan. Kedua, ketepatan sasaran platform bisa lebih optimal karena adanya prosedur yang jelas. prosedur yang jelas. Ketiga, ketepatan waktu platform belum tercapai karena tidak adanya SOP yang jelas. tidak adanya SOP yang jelas. Keempat, karena kurangnya desain, tujuan platform belum tercapai secara optimal. Kelima, perubahan mendasar pada platform masih terbatas [11]

Penelitian Tanuwijaya, dkk (2024) dengan judul *Pendampingan Pemanfaatan Teknologi Digital Sebagai Strategi Pemasaran UMKM* Nurul Ismiati menyimpulkan bahwa Kegiatan pelatihan pemanfaatan teknologi digital sebagai strategi pemasaran telah memberikan sejumlah manfaat bagi UMKM Nurul Ismiati, UMKM Nurul Ismiati juga dapat belajar lebih dalam tentang penggunaan berbagai platform e-commerce dan bagaimana hal tersebut berdampak positif bagi bisnis yang dimilikinya [7] Penelitian terdahulu yang kedua dilakukan oleh Nilna Nada Hidayah dan Hendra Sukmana (2022) dengan judul *Analisis Strategi Perusahaan dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Penelitian ini membahas strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan UMKM dengan melihat kondisi dan potensi usaha yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan UMKM memerlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing pelaku usaha, salah satunya melalui penguatan kapasitas serta dukungan yang sesuai dengan kebutuhan usaha. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yaitu sama-sama membahas upaya pengembangan UMKM. Berdasarkan hasil observasi masalah terdapat beberapa permasalahan dalam pelaksanaan program platform Tukuoyuk ini yang pertama adalah Pemahaman Pengguna yang Terbatas: Tingkat pemahaman UMKM terhadap platform Tukuoyuk masih perlu ditingkatkan. Kedua yaitu aksesibilitas website atau aplikasi Tukuoyuk sering mengalami gangguan, hal ini dapat menyebabkan kenyamanan calon konsumen untuk berbelanja di aplikasi tersebut. Ketiga yaitu Tukuoyuk tidak

menyediakan fasilitas pembayaran langsung, sehingga transaksi harus dilakukan secara manual antara penjual dan pembeli. Ini dapat menyebabkan kebingungan dan ketidaknyamanan bagi pengguna

Penelitian ini menganalisis efektivitas melalui lima kriteria, yaitu pemahaman program, ketepatan sasaran, ketepatan waktu, pencapaian tujuan, dan perubahan nyata [12]. Penggunaan teori Sutrisno dengan lima indikator ini didasarkan pada kemampuannya untuk memberikan pandangan yang menyeluruh mengenai efektivitas program antara lain : (1) Pemahaman program, dilihat dari sejauhmana masyarakat dapat memahami kegiatan program. (2) Tepat sasaran, dilihat dari apa yang diinginkan tercapai atau menjadi kenyataan. (3) Tepat waktu, dilihat dari sejauhmana program bisa mempengaruhi penggunaan waktu dalam pelaksanaan pelayanan. (4) Tercapainya tujuan, diukur dengan melalui pencapaian tujuan program yang telah dijalankan. (5) Perubahan nyata, diukur dengan melalui sejauhmana program tersebut mampu memberikan suatu efek atau dampak serta perubahan nyata bagi masyarakat. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis Efektivitas Platform TukuoYuk dalam Pertumbuhan UMKM di Sidoarjo

II. METODE

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yang memberikan gambaran tentang objek penelitian berdasarkan fakta yang ada, sehingga data yang dihasilkan sifatnya potret atau paparan seperti apa adanya [13]. Lokasi dilaksanakannya penelitian adalah di Dinas Koperasi dan UMKM. Teknik pemilihan informan dengan teknik *purposive sampling* atau pemilihan secara sengaja dengan pemilihan beberapa informan yang terlibat langsung atau informan yang mengerti tentang permasalahan penelitian dan dapat memberikan informasi yang berkualitas [14]. Informan dalam penelitian ini antara lain 1. Pengelola aplikasi TukuoYuk, 2. Penjual yang telah terdaftar di TukuoYuk, 3. Pembeli dan Pembeli. Teknik pengumpulan data didapat melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun Sumber data yang diperoleh melalui : (1) Data Primer, data yang diperoleh melalui secara langsung, dicatat serta diamati, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. (2) Data Sekunder, data yang didapat tidak secara langsung, sumber data sekunder diperoleh melalui jurnal dan sumber data dari media massa. Fokus penelitian ini yaitu menganalisis efektivitas program antara lain (1) Pemahaman program, (2) Tepat sasaran, (3) Tepat waktu, (4) Tercapainya tujuan, dan (5) Perubahan nyata. Selanjutnya teknis analisis data yang digunakan adalah analisis data model interaktif dari Miles & Huberman yang meliputi : (1) Pengumpulan Data. Pengumpulan data bisa dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. (2) Reduksi Data yaitu proses seleksi, pemusatan perhatian melalui penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang berasal dari catatan tertulis yang dilakukan di lapangan sehingga mendapatkan sebuah ringkasan data yang penting (3) Penyajian Data. ialah menggabungkan seluruh data informasi yang diperoleh di lapangan menjadi bentuk yang mudah didapat atau diraih. (4) Penarikan Kesimpulan adalah seluruh data yang disimpulkan menjadi satu sesuai dengan hasil data yang telah dilakukan di lapangan oleh peneliti [15].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemahaman Program

Pemahaman Program yaitu sejauh mana pelaksana dan sasaran program mengerti serta memahami isi, arah, aturan, dan tujuan dari program yang dijalankan. Indikator ini mengukur sejauh mana pelaksana program (aparator/sosialisator) maupun kelompok sasaran (masyarakat/penerima manfaat) memahami aturan, prosedur, aturan teknis, dan manfaat dari program tersebut. Tanpa pemahaman yang baik, sosialisasi akan terhambat dan penerima manfaat tidak dapat memanfaatkan program secara optimal. Platform TukuoYuk dirancang sebagai solusi digital untuk membantu UMKM di Sidoarjo memasarkan produk mereka secara online. Efektivitas pada indikator ini dapat dilihat dari seberapa baik para pelaku UMKM memahami cara kerja platform, fitur-fitur yang tersedia, dan bagaimana memanfaatkannya.

Hasil wawancara dengan Pengelola Aplikasi TukuoYuk menyatakan bahwa :

"TukuoYuk kami luncurkan sebagai solusi digital bagi UMKM lokal yang kesulitan beradaptasi dengan perubahan pasar. Program ini dilengkapi dengan pelatihan dan pendampingan, sehingga pelaku UMKM tidak hanya mendapatkan akses ke platform, tetapi juga pemahaman tentang cara memanfaatkannya secara optimal. Kami telah menyelenggarakan pelatihan offline dan webinar, tetapi adaptasi teknologi masih menjadi tantangan utama, terutama bagi pelaku usaha yang lebih tua"

Hasil wawancara tersebut didukung oleh Merchant/Pedagang yang menyatakan bahwa :

"Awalnya saya ragu untuk bergabung karena kurang paham teknologi. Tapi setelah mengikuti pelatihan dari Dinas dan tim TukuoYuk, saya jadi mengerti cara kerja aplikasinya. Sekarang saya bisa mengunggah

produk, mengatur stok, dan menerima pesanan dengan mudah. Sosialisasi hanya menjelaskan cara upload produk, tidak ada panduan lanjutan untuk optimasi penjualan"



Gambar 2. Sosialisasi inovasi Aplikasi Tukuoyuk <https://diskopum.sidoarjokab.go.id/>

Berdasarkan gambar diatas menjelaskan bahwa Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kab. Sidoarjo menggelar Forum Konsultasi Publik dan sosialisasi inovasi Aplikasi Tukuoyuk, Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 31 Januari 2024 bertempat di Ruang Rapat Disperindag Lantai 1. Tamu yang diundang antara lain Koordinator UM Kecamatan, Asosiasi Usaha Mikro serta perwakilan akademisi. Kegiatan ini dilaksanakan sebagai upaya peningkatan pelayanan publik kepada masyarakat, serta mendapatkan masukan dari penerima layanan terkait apa-apa saja yang masyarakat rasa kurang dengan pelayanan Dinas. Pelaku UMKM yang memahami program dengan baik mampu mendaftar dengan mudah, mengunggah produk mereka dengan deskripsi yang menarik, mengatur harga dan stok, serta mengelola pesanan. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan oleh tim Tukuoyuk menjadi faktor penting dalam memastikan pemahaman program yang memadai di kalangan UMKM.

Berdasarkan teori efektivitas program menurut Sutrisno, indikator pemahaman program merupakan fondasi utama keberhasilan implementasi suatu program, dimana efektivitas dapat diukur melalui sejauh mana target sasaran memahami tujuan, mekanisme kerja, dan cara memanfaatkan program tersebut secara optimal. Dalam konteks Platform Tukuoyuk, pemahaman program tercermin dari kemampuan pelaku UMKM di Sidoarjo untuk mengoperasikan platform digital ini setelah mengikuti serangkaian sosialisasi dan pelatihan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro. Implementasi Forum Konsultasi Publik yang dilaksanakan pada 31 Januari 2024 menunjukkan upaya sistematis untuk membangun pemahaman komprehensif melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan berbagai stakeholder, termasuk Koordinator UM Kecamatan, Asosiasi Usaha Mikro, dan akademisi. Hal ini sejalan dengan penelitian Ochinanwata & Ochinanwata, (2023) dalam "The Impact of Digital Platforms on SMEs' Development and Performance. In *Small Business and Entrepreneurial Development in Africa: A Route to Sustained Economic Development* " yang menegaskan bahwa program pelatihan terstruktur dan pendampingan berkelanjutan menjadi faktor kritis dalam meningkatkan pemahaman dan adopsi teknologi di kalangan UMKM [16].

2. Tepat Sasaran

Indikator ini menilai apakah penerima manfaat dari program sudah sesuai dengan kriteria yang ditetapkan sejak awal. Program yang efektif tidak boleh mengalami *error of inclusion* (orang kaya dapat bantuan) atau *error of exclusion* (orang miskin terlewatkan). Mengurangi kemubaziran anggaran dan mencegah timbulnya kecemburuan sosial atau ketidakadilan di masyarakat. Indikator ini mengukur apakah platform Tukuoyuk benar-benar menjangkau dan dimanfaatkan oleh target utamanya, yaitu pelaku UMKM di Sidoarjo yang membutuhkan akses ke pasar digital. Platform Tukuoyuk hadir sebagai solusi digital yang strategis untuk membantu pemasaran produk UMKM di Sidoarjo. Platform ini berfungsi sebagai pasar digital (marketplace) yang terfokus secara geografis, mempertemukan pelaku UMKM langsung dengan konsumen lokal. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti katalog digital, promo terpusat, dan sistem pemesanan yang terintegrasi, Tukuoyuk memudahkan UMKM untuk menampilkan produk mereka mulai dari olahan makanan khas Sidoarjo seperti bandeng presto dan kerupuk udang, hingga kerajinan tangan kepada audiens yang paling relevan, yaitu masyarakat Sidoarjo sendiri. Ini mengurangi hambatan pemasaran digital yang sering kali dihadapi UMKM, seperti kesulitan mengelola algoritma media sosial atau biaya iklan yang tinggi. Ketepatan sasaran juga dinilai dari jangkauan platform kepada konsumen potensial yang dapat menjadi pembeli produk UMKM Sidoarjo. Hasil wawancara dengan Provider Aplikasi Tukuoyuk menyatakan bahwa :

"Data kami menunjukkan 70% pengguna TukoYuk adalah UMKM yang sebelumnya belum pernah berjualan online, dan 85% berasal dari kategori mikro dan kecil. Ini menunjukkan bahwa kami berhasil menjangkau target utama program ini."namun Platform hanya menjangkau 1,5% dari total 44.509 usaha mikro di Sidoarjo

Hasil wawancara tersebut didukung oleh Merchant/Pedagang yang menyatakan bahwa :

"Sebelum ada TukoYuk, saya hanya mengandalkan pelanggan yang datang ke toko fisik. Program ini tepat sasaran untuk pengusaha kecil seperti saya yang ingin masuk ke pasar digital tapi tidak punya pengetahuan dan modal untuk membuat website sendiri atau bergabung dengan marketplace besar."

Tabel 2. Matrik kinerja pedagang sebelum dan sesudah bergabung dengan TukoYuk

Metrik Kinerja	Rata-rata Sebelum Bergabung dengan TukoYuk	Rata-rata Setelah Bergabung dengan TukoYuk (6 Bulan)	Peningkatan
Jangkauan Pelanggan Baru per Bulan	15-20 pelanggan (dari area sekitar)	45-60 pelanggan (dari berbagai kecamatan di Sidoarjo & Surabaya Selatan)	+200%
Persentase Penjualan Online	15% (hanya melalui WhatsApp/Instagram)	55% (mayoritas melalui platform TukoYuk)	+40%
Rata-rata Nilai Order (AOV)	Rp 75.000	Rp 115.000	+53%
Frekuensi Promosi yang Dilakukan	2-3 kali/bulan (biaya tinggi, jangkauan terbatas)	8-10 kali/bulan (mengfitur "Promo Hari Ini" di aplikasi)	+300%
Tingkat Kesadaran Merek Lokal	Rendah (hanya dikenal di lingkaran terdekat)	Tinggi (tercatat sebagai "UMKM Terlaris" di halaman utama aplikasi)	Signifikan

(Sumber : Wawancara dengan beberapa informan (2025))

- Berdasarkan hasil tabel pertama, sebelum bergabung, rata-rata pelanggan baru adalah 15–20 pelanggan, sehingga nilai tengahnya sekitar 17,5 pelanggan. Setelah bergabung dengan TukoYuk, rata-rata menjadi 45–60 pelanggan, dengan nilai tengah sekitar 52,5 pelanggan. Maka kenaikannya: $(52,5 - 17,5) \div 17,5 \times 100\% = 200\%$ Jadi, terjadi peningkatan jangkauan pelanggan baru sebesar 200%, atau jumlah pelanggan baru menjadi sekitar tiga kali lipat dibandingkan sebelumnya. (Sumber: Hasil wawancara dengan beberapa informan/merchant pengguna TukoYuk 2025)
- Berdasarkan hasil tabel kedua, Sebelum bergabung, penjualan online sebesar 15%, kemudian meningkat menjadi 55% setelah enam bulan. Jika dihitung sebagai kenaikan relatif: $(55 - 15) \div 15 \times 100\% = 266,7\%$ Jadi, secara perhitungan persentase relatif, penjualan online meningkat sebesar 266,7%. Sementara itu, dari sisi perubahan poin persentase, terjadi kenaikan sebesar 40 poin persentase. Persentase penjualan online mengalami peningkatan dari 15% menjadi 55% setelah pedagang bergabung dengan TukoYuk selama enam bulan. Sebelum menggunakan TukoYuk, penjualan online hanya dilakukan melalui WhatsApp dan Instagram. Setelah bergabung dengan TukoYuk.(Sumber: Hasil wawancara dengan beberapa informan/merchant pengguna TukoYuk, 2025).
- Berdasarkan hasil tabel ketiga, Sebelum menggunakan TukoYuk, rata-rata nilai order sebesar Rp75.000, kemudian meningkat menjadi Rp115.000. Perhitungannya: $(Rp115.000 - Rp75.000) \div Rp75.000 \times 100\% = 53,3\%$ Jadi, terjadi peningkatan rata-rata nilai order sebesar 53,3%, yang dapat dibulatkan menjadi +53%.persentase penjualan online mengalami peningkatan dari 15% menjadi 55% setelah pedagang bergabung dengan TukoYuk selama enam bulan. (Sumber: Hasil wawancara dengan beberapa informan/merchant pengguna TukoYuk, 2025).
- Berdasarkan hasil tabel keempat, frekuensi promosi yang dilakukan mengalami peningkatan dari 2–3 kali per bulan menjadi 8–10 kali per bulan setelah pedagang bergabung dengan TukoYuk selama enam bulan. Sebelum bergabung, promosi dilakukan 2–3 kali per bulan, dengan rata-rata 2,5 kali. Setelah menggunakan TukoYuk, promosi menjadi 8–10 kali per bulan, dengan rata-rata 9 kali. Perhitungannya: $(9 - 2,5) \div 2,5 \times 100\% = 260\%$ Jadi, berdasarkan nilai rata-rata, peningkatannya adalah 260%, bukan 300%. (Sumber: Hasil wawancara dengan beberapa informan/merchant pengguna TukoYuk, 2025).
- Berdasarkan hasil tabel kelima, tingkat kesadaran merek lokal mengalami perubahan dari rendah menjadi tinggi setelah pedagang bergabung dengan TukoYuk selama enam bulan. Sebelum menggunakan TukoYuk, merek UMKM hanya dikenal di kalangan pelanggan dan lingkungan terdekat. Setelah bergabung dengan TukoYuk, tingkat kesadaran terhadap merek menjadi lebih tinggi karena produk dapat ditampilkan sebagai "UMKM Terlaris" pada halaman utama aplikasi. Perubahan yang signifikan ini menunjukkan bahwa

TukuoYuk membantu meningkatkan visibilitas dan pengenalan merek UMKM kepada konsumen yang lebih luas melalui platform digital. (Sumber: Hasil wawancara dengan beberapa informan/merchant pengguna TukuoYuk, 2025).

Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian oleh Iseal & Rahom, (2025). Dengan judul *The Role of Digital Platforms in Supporting Small Business Growth in the USA* menyimpulkan bahwa marketplace yang berfokus secara geografis (hyperlocal) secara signifikan lebih efektif bagi UKM skala kecil dibandingkan platform nasional. Penelitian ini menemukan bahwa UKM mengalami peningkatan 30-40% dalam jumlah transaksi online setelah beralih ke platform hyperlocal. Keefektifan ini disebabkan oleh algoritma yang lebih sederhana, kompetisi yang tidak seketat platform global, dan kemampuan platform untuk membangun komunitas pembeli yang memiliki loyalitas tinggi terhadap produk lokal[17]. Dampak positifnya adalah peningkatan omzet dan perluasan jangkauan pemasaran bagi UMKM dengan cara yang paling terjangkau. Platform ini bertindak lebih dari sekadar tempat jual-beli; ia menjadi wadah kurasi dan promosi kolektif yang memperkuat ekosistem ekonomi lokal. Dengan dukungan dari pemerintah atau asosiasi setempat, TukuoYuk memiliki potensi besar untuk menjadi ujung tombak digitalisasi UMKM Sidoarjo, mengubah tantangan pemasaran menjadi peluang kolaborasi yang saling menguntungkan antara produsen dan konsumen dalam satu wilayah.

Berdasarkan teori efektivitas program menurut Sutrisno, indikator tepat sasaran. Program ini sangat tepat sasaran karena dibangun dengan mempertimbangkan karakteristik dan tantangan unik UMKM di Sidoarjo. Fokus pada skala lokal memastikan bahwa transaksi yang terjadi bersifat *hyperlocal*, didukung dengan sistem logistik pengantaran yang efisien dan cepat, bahkan untuk produk-produk segar. Selain itu, branding yang menonjolkan identitas "Produk Asli Sidoarjo" tidak hanya membangun kebanggaan komunitas tetapi juga menjadi nilai jual unggul yang membedakannya dari marketplace nasional. Dengan demikian, TukuoYuk tepat sasaran karena menasar dua sisi: memudahkan UMKM yang belum siap bersaing di tingkat nasional dan memenuhi kebutuhan konsumen yang mencari produk lokal terpercaya dengan proses yang mudah dan cepat.

3. Tepat Waktu

Indikator ini berfokus pada ketepatan alokasi dan penggunaan waktu dalam setiap tahapan pelaksanaan program, mulai dari tahap perencanaan, pencairan/penyaluran, hingga tahap evaluasi. Keterlambatan dalam pelaksanaan program dapat menurunkan manfaat program atau bahkan menimbulkan krisis bagi pihak yang membutuhkan bantuan mendesak. Ketepatan waktu berkaitan dengan implementasi platform TukuoYuk yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, terutama dalam kondisi persaingan digital yang semakin ketat. Indikator ini juga melihat Kecepatan respon terhadap pendaftaran UMKM baru, Waktu yang dibutuhkan untuk mengonfirmasi dan memproses pesanan, Ketepatan waktu pengiriman produk kepada konsumen, Kecepatan penyelesaian masalah yang dihadapi pengguna platform dan Kemampuan platform beradaptasi dengan tren pasar terkini. Program yang tepat waktu mampu menjawab kebutuhan UMKM di saat yang tepat, tidak terlambat dalam menghadapi perubahan pasar. Hasil wawancara dengan Provider Aplikasi TukuoYuk menyatakan bahwa:

"Tahapan implementasi TukuoYuk berjalan sesuai jadwal. Kami menargetkan 5.000 UMKM dalam tahun pertama, dan berhasil mencapai 5.300 UMKM. Pelatihan dan sosialisasi juga terlaksana tepat waktu di 18 kecamatan di Sidoarjo."

Hasil wawancara tersebut didukung oleh Merchant/Pedagang yang menyatakan bahwa :

"Proses pendaftaran bisa berlangsung cepat, hanya butuh 1-2 hari untuk verifikasi. Namun terkadang saat akhir pekan, situs web agak lambat merespon, barangkali ini akibat banyak yang mengakses."

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola aplikasi TukuoYuk dan pelaku UMKM sebagai pengguna platform, dapat diketahui bahwa aspek ketepatan waktu dalam pelaksanaan program tidak hanya dilihat dari pencapaian target pengguna dan pelaksanaan kegiatan sosialisasi, tetapi juga dari kecepatan proses pelayanan yang diterima oleh pengguna. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelaksanaan program secara umum telah berjalan sesuai dengan jadwal yang direncanakan. Hal tersebut terlihat dari pencapaian jumlah pengguna yang melebihi target serta pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan yang telah menjangkau 18 kecamatan di Kabupaten Sidoarjo. Di sisi lain, dari aspek pelayanan teknis masih ditemukan kendala berupa perlambatan respons sistem pada waktu tertentu. Temuan tersebut kemudian dirangkum berdasarkan beberapa aspek yang berkaitan dengan ketepatan waktu pelaksanaan Platform TukuoYuk sebagaimana disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Ketepatan Waktu Pelaksanaan Platform TukuoYuk

No.	Indikator yang Diukur	Target/Standar	Realisasi	Keterangan
1	Pencapaian target pengguna UMKM	5.000 UMKM dalam tahun pertama	5.300 UMKM	Target terlampaui sebesar 300 UMKM atau 106%
2	Pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan	Dilaksanakan sesuai jadwal di seluruh wilayah sasaran	Dilaksanakan di 18 kecamatan	Menunjukkan pelaksanaan program sesuai cakupan yang direncanakan
3	Waktu verifikasi pendaftaran UMKM	Proses verifikasi dilakukan secara cepat	1–2 hari	Proses pendaftaran relatif cepat
4	Respons sistem/platform	Sistem dapat melayani pengguna secara optimal	Terdapat perlambatan pada akhir pekan	Menunjukkan masih terdapat kendala teknis ketika trafik pengguna tinggi
5	Ketepatan pelaksanaan program	Sesuai jadwal pelaksanaan	Sesuai jadwal	Secara umum pelaksanaan program dinilai tepat waktu

(Sumber: Hasil wawancara dengan pengelola dan pelaku UMKM pengguna TukuoYuk)

Efektivitas tepat waktu platform TukuoYuk juga tercermin dari kecepatan proses operasional yang mendukung UMKM dalam era digital. Proses pendaftaran yang hanya membutuhkan 1-2 hari untuk verifikasi menunjukkan responsivitas sistem yang baik, meskipun masih terdapat kendala teknis pada waktu-waktu tertentu seperti lambatnya respon server saat akhir pekan akibat tingginya volume akses. Digitalisasi menjadi kebutuhan penting bagi UMKM agar dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat, dan implementasi transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dengan judul "Strategi Umkm Dalam Menghadapi Digitalisasi". Penelitian yang mendukung pentingnya aspek ketepatan waktu dalam platform digital UMKM yang menekankan bahwa kecepatan adaptasi dan respons terhadap perubahan pasar merupakan faktor kritis dalam keberhasilan transformasi digital UMKM. Platform yang mampu memberikan layanan tepat waktu tidak hanya meningkatkan kepuasan pengguna, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi UMKM secara berkelanjutan [18]. Berdasarkan hal tersebut, ketepatan waktu implementasi TukuoYuk cukup baik dari sisi perencanaan program dan pelaksanaan target. Dari sisi teknis, platform menunjukkan performa yang stabil meski masih ada tantangan pada periode-periode tertentu seperti saat trafik tinggi. Berdasarkan teori efektivitas program yang dikemukakan oleh Sutrisno, indikator tepat waktu merupakan salah satu dari lima aspek penting dalam mengukur efektivitas suatu program. Dalam konteks platform TukuoYuk, indikator tepat waktu menunjukkan kemampuan platform dalam merespons kebutuhan UMKM secara cepat dan sesuai dengan kondisi pasar yang dinamis. Data implementasi menunjukkan bahwa platform TukuoYuk telah berhasil memenuhi aspek ketepatan waktu dengan pencapaian target yang melebihi ekspektasi - dari target 5.000 UMKM berhasil mencapai 5.300 UMKM dalam tahun pertama, serta terlaksananya pelatihan dan sosialisasi tepat waktu di 18 kecamatan di Sidoarjo.

4. Tercapainya Tujuan

Indikator ini mengukur tingkat keberhasilan program dalam merealisasikan target atau sasaran akhir yang telah ditetapkan dalam rencana kerja. Ini merupakan tolok ukur kuantitatif dan kualitatif utama yang menentukan apakah program tersebut berhasil secara fungsional. Tujuan utama platform TukuoYuk adalah meningkatkan pertumbuhan UMKM di Sidoarjo melalui digitalisasi pemasaran dan penjualan. Indikator ini mengukur sejauh mana tujuan tersebut tercapai, dengan melihat Peningkatan jumlah transaksi penjualan UMKM, Perluasan jangkauan pasar (dari lokal ke regional atau nasional), Peningkatan pendapatan pelaku UMKM, Jumlah UMKM yang aktif menggunakan platform, Tingkat kepuasan pengguna (baik penjual maupun pembeli) dan Keberlanjutan penggunaan platform oleh UMKM. Data kuantitatif seperti pertumbuhan omzet dan perluasan pelanggan menjadi bukti konkret tercapainya tujuan program. Hasil wawancara dengan Provider Aplikasi TukuoYuk menyatakan bahwa :

"Data kami menunjukkan peningkatan omset rata-rata sebesar 40% pada UMKM yang aktif menggunakan TukuoYuk selama minimal 6 bulan. Selain itu, 62% UMKM melaporkan perluasan pasar ke luar Sidoarjo, yang merupakan salah satu tujuan utama program ini."

Hasil wawancara tersebut didukung oleh Merchant/Pedagang yang menyatakan bahwa :

"Bergabung dengan TukuoYuk membuat usaha saya berkembang pesat. Dulu hanya melayani pelanggan di sekitar Sidoarjo, sekarang pesanan datang dari luar Sidoarjo bahkan luar Jawa Timur. Omset meningkat hampir dua kali lipat dan saya bisa menambah dua karyawan baru."

Tabel 4. Pencapaian Tujuan TukoYuk

No.	Indikator Pencapaian Tujuan	Data/Target	Realisasi	Keterangan
1	Peningkatan omzet UMKM	—	Meningkat rata-rata 40%	Terjadi pada UMKM yang aktif menggunakan TukoYuk minimal 6 bulan
2	Perluasan jangkauan pasar	Pasar lokal Sidoarjo	62% UMKM memperluas pasar ke luar Sidoarjo	Menunjukkan peningkatan jangkauan pemasaran
3	Peningkatan omzet pedagang	—	Hampir 2 kali lipat	Berdasarkan pengalaman salah satu merchant/pedagang
4	Perluasan wilayah pelanggan	Sekitar Sidoarjo	Luar Sidoarjo hingga luar Jawa Timur	Pesanan mulai berasal dari wilayah di luar daerah
5	Penciptaan lapangan kerja	—	Bertambah 2 karyawan	Berdasarkan pengalaman merchant/pedagang
6	Keberlanjutan penggunaan platform	Penggunaan minimal 6 bulan	UMKM aktif menggunakan platform	Menunjukkan keberlanjutan pemanfaatan TukoYuk

(Sumber: Hasil wawancara Provider Aplikasi TukoYuk dan Merchant/Pedagang)

Temuan ini didukung oleh penelitian dengan judul ” Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Peningkatan Brand Awareness pada UMKM Kota Tangerang Selatan di Era Digital” yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, iklan online, dan strategi konten yang tepat dapat secara signifikan meningkatkan penjualan UMKM dalam konteks pemasaran digital [19]. Testimoni pedagang yang mengalami peningkatan omset hampir dua kali lipat dan mampu memperluas jangkauan pasar hingga ke luar Jawa Timur menjadi bukti konkret tercapainya tujuan program. Hal ini mengonfirmasi bahwa platform digital dapat menjadi instrumen efektif dalam transformasi UMKM dari skala lokal ke regional bahkan nasional. Efektivitas strategi pemasaran digital dalam meningkatkan visibilitas merek dan memperluas pangsa pasar terbukti melalui kemampuan platform TukoYuk dalam memfasilitasi UMKM untuk menjangkau konsumen baru dan meningkatkan volume transaksi, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan pemberdayaan pelaku usaha mikro kecil menengah di Kabupaten Sidoarjo. Berdasarkan temuan penelitian, indikator tercapainya tujuan menunjukkan hasil yang sangat positif. Mengacu pada teori Sutrisno, platform TukoYuk telah berhasil mencapai tujuan utamanya dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM di Sidoarjo melalui digitalisasi pemasaran dan penjualan. Data kuantitatif menunjukkan pencapaian yang signifikan dengan peningkatan omset rata-rata sebesar 40% pada UMKM yang aktif menggunakan platform selama minimal 6 bulan, serta 62% UMKM yang melaporkan perluasan pasar ke luar Sidoarjo. Indikator-indikator pencapaian tujuan ini sejalan dengan teori Sutrisno yang menekankan pentingnya mengukur perubahan nyata sebagai bukti efektivitas program. Keberhasilan platform digital seperti TukoYuk dalam akselerasi pertumbuhan UMKM di Kabupaten Sidoarjo selaras dengan temuan Rohmah dan Sukmana tahun 2025 mengenai pentingnya integrasi teknologi serta strategi pemasaran terstruktur dalam penguatan ekonomi lokal di Sidoarjo. Dalam studinya tentang BUMDes Sumorame, Sidoarjo, Rohmah dan Sukmana menekankan bahwa pengoptimalan teknologi digital dan pemberdayaan UMKM lokal merupakan peluang eksternal strategis yang terbukti mampu mengatasi keterbatasan pemasaran tradisional serta meningkatkan pendapatan ekonomi lokal. Hal ini memperkuat argumen bahwa adopsi platform digital seperti halnya pemanfaatan e-commerce maupun platform ekosistem digital lokal TukoYuk berperan penting sebagai enabler yang tidak hanya memperluas jangkauan pasar bagi para pelaku usaha mikro, tetapi juga menciptakan iklim bisnis daerah yang lebih kompetitif dan berkelanjutan [20]. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa TukoYuk menunjukkan pencapaian tujuan yang signifikan dalam mendorong pertumbuhan UMKM. Indikator-indikator seperti peningkatan omset, perluasan pasar, dan penciptaan lapangan kerja baru menunjukkan dampak positif terhadap ekosistem UMKM di Sidoarjo.

5. Perubahan Nyata

Indikator ini menilai dampak atau korelasi langsung setelah program selesai dijalankan. Hal ini melihat bagaimana kondisi subjek sebelum (*before*) dan sesudah (*after*) adanya intervensi program. Sebuah program bisa saja selesai tepat waktu dan sesuai target kuantitas, tetapi dianggap tidak efektif jika tidak memberi dampak jangka panjang (*impact*) pada kualitas hidup target sasaran. Indikator ini menilai dampak jangka panjang yang dihasilkan oleh platform TukoYuk terhadap ekosistem UMKM di Sidoarjo. Perubahan nyata dapat dilihat dari Transformasi pola pikir pelaku UMKM menjadi lebih adaptif terhadap teknologi digital, Peningkatan kapabilitas digital dan keterampilan pemasaran online, Terciptanya lapangan kerja baru di sektor UMKM, Penguatan daya saing produk lokal Sidoarjo di pasar yang lebih luas, Kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan Keberlanjutan usaha UMKM dalam

jangka panjang. Perubahan nyata juga terlihat dari bagaimana platform ini membantu UMKM bertahan dan berkembang, terutama dalam menghadapi tantangan ekonomi dan persaingan dengan produk dari luar daerah. Hasil wawancara dengan Provider Aplikasi TukoYuk menyatakan bahwa :

"Kami melihat perubahan pola bisnis yang signifikan. Sebanyak 65% merchant aktif kini memiliki strategi pemasaran digital yang terencana, padahal sebelumnya hanya 18% yang memilikinya. Kolaborasi antar UMKM juga meningkat, dengan 230 kemitraan baru terbentuk melalui jaringan TukoYuk."

Hasil wawancara tersebut didukung oleh Merchant/Pedagang yang menyatakan bahwa :

"TukoYuk mengubah cara saya berbisnis. Sekarang saya lebih terstruktur dalam mengelola stok dan keuangan. Saya juga belajar tentang fotografi produk dan penulisan deskripsi yang menarik. Yang paling penting, saya tidak lagi takut dengan teknologi dan malah antusias mencoba fitur-fitur baru."

Tabel.5 Data Perubahan Nyata Program TukoYuk

No.	Aspek Perubahan	Kondisi Sebelum	Kondisi Sesudah	Bukti Perubahan
1	Strategi pemasaran digital	18% merchant memiliki strategi terencana	65% merchant memiliki strategi terencana	Peningkatan 47 poin persentase
2	Kolaborasi UMKM	Kolaborasi antar-UMKM masih terbatas	Terbentuk 230 kemitraan baru	Peningkatan jaringan usaha
3	Kapabilitas bisnis	Pengelolaan stok dan keuangan belum terstruktur	Pengelolaan stok dan keuangan lebih terstruktur	Peningkatan kemampuan manajemen
4	Keterampilan digital	Masih takut menggunakan teknologi	Lebih percaya diri dan antusias menggunakan teknologi	Perubahan pola pikir digital
5	Pemasaran produk	Jangkauan pemasaran relatif terbatas	Produk lebih mudah dipasarkan ke pasar yang lebih luas	Peningkatan daya saing
6	Keberlanjutan usaha	Adaptasi terhadap perubahan pasar masih terbatas	UMKM lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan pasar	Peningkatan keberlanjutan usaha

(Sumber : Hasil wawancara dengan Provider Aplikasi TukoYuk dan Merchant/Pedagang)

TukoYuk telah menciptakan perubahan nyata yang meliputi transformasi digital UMKM, peningkatan kapasitas bisnis, dan perubahan pola pikir wirausaha. Perubahan ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi tetapi juga pada aspek sosial dan kultural di ekosistem UMKM Sidoarjo. Berdasarkan analisis kelima indikator di atas, platform TukoYuk menunjukkan tingkat efektivitas yang tinggi dalam mendorong pertumbuhan UMKM di Sidoarjo, meskipun masih terdapat beberapa area yang memerlukan pengembangan lebih lanjut. Perubahan nyata yang dihasilkan Platform TukoYuk juga tercermin dalam peningkatan kapabilitas struktural dan operasional UMKM, dimana pelaku usaha mengalami evolusi dalam manajemen stok, pengelolaan keuangan, fotografi produk, dan kemampuan copywriting. Studi mengenai transformasi digital dalam kewirausahaan menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki keterampilan digital mengalami peningkatan signifikan dalam daya saing dan keberlanjutan usaha. Dampak jangka panjang ini sejalan dengan penelitian tentang pentingnya transformasi digital UMKM dalam pengembangan ekonomi Indonesia yang menekankan peran inovasi produk dan jaringan bisnis pada kinerja ekonomi. Lebih lanjut, perubahan nyata Platform TukoYuk tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi individual, tetapi telah menciptakan ekosistem digital yang mendorong kolaborasi antar UMKM, penguatan daya saing produk lokal, dan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah Sidoarjo.

Berdasarkan teori efektivitas program menurut Sutrisno, indikator perubahan nyata merupakan ukuran fundamental yang menilai dampak transformatif suatu program dalam menciptakan kondisi yang berbeda secara signifikan dari keadaan sebelumnya. Indikator perubahan nyata dalam teori Sutrisno mengukur efektivitas program melalui transformasi konkret yang dapat diobservasi dan dirasakan oleh target sasaran. Dalam konteks Platform TukoYuk, perubahan nyata termanifestasi melalui transformasi fundamental pola bisnis UMKM di Sidoarjo, dimana 65% merchant aktif kini memiliki strategi pemasaran digital yang terencana dibandingkan hanya 18% sebelumnya, serta terbentuknya 230 kemitraan baru melalui jaringan digital. Transformasi ini tidak hanya bersifat kuantitatif tetapi juga kualitatif, mencakup perubahan mindset pelaku UMKM dari yang awalnya "takut dengan teknologi" menjadi "antusias mencoba fitur-fitur baru", yang mengindikasikan adanya perubahan paradigma fundamental dalam pengelolaan usaha. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa akses internet yang tinggi dan literasi digital yang kuat, bersama dengan dukungan pemerintah, merupakan faktor krusial dalam meningkatkan adopsi teknologi dan memaksimalkan manfaat transformasi digital [21]. Penelitian lain dengan judul "Pentingnya transformasi digital UMKM dalam pengembangan ekonomi Indonesia" menyimpulkan bahwa Transformasi digital UMKM di era industri 5.0 menunjukkan bahwa perubahan teknologi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga menciptakan

peluang bisnis baru dan memperkuat posisi kompetitif, yang terbukti melalui keberlanjutan dan adaptabilitas UMKM dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompleks [22].

V. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa platform TukuoYuk yaitu (1). Pemahaman Program, Platform TukuoYuk berhasil membangun pemahaman yang baik di kalangan UMKM melalui sosialisasi terstruktur dan pelatihan berkelanjutan, meskipun adaptasi teknologi masih menjadi tantangan bagi pelaku usaha yang lebih tua. (2). Tepat Sasaran, Platform TukuoYuk sangat tepat sasaran dengan berhasil menjangkau 70% UMKM yang belum pernah berjualan online dan 85% berasal dari kategori mikro dan kecil, meskipun baru mencakup 1,5% dari total usaha mikro di Sidoarjo. (3). Tepat Waktu, Implementasi Platform TukuoYuk menunjukkan ketepatan waktu yang baik dengan pencapaian target melebihi ekspektasi (5.300 dari target 5.000 UMKM) dan proses verifikasi yang cepat (1-2 hari), walaupun masih mengalami kendala teknis saat traffic tinggi. (4). Tercapainya Tujuan, Platform TukuoYuk berhasil mencapai tujuan utamanya dengan meningkatkan omset rata-rata UMKM sebesar 40% dan memungkinkan 62% UMKM memperluas pasar ke luar Sidoarjo bahkan hingga luar Jawa Timur. (5). Perubahan Nyata, Platform TukuoYuk menciptakan perubahan transformatif yang signifikan dengan meningkatkan UMKM yang memiliki strategi pemasaran digital terencana dari 18% menjadi 65% dan membentuk 230 kemitraan baru antar UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya. Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan artikel ini dapat terselesaikan dengan baik karena adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu dan terlibat dalam penyelesaian penulisan artikel ini, keluarga serta pihak kepala pihak dinas dan TukuoYuk.

REFERENSI

- [1] D. L. Wati, V. Septianingsih, W. Khoeruddin, and Z. Q. Al-Qorni, "Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia," *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, vol. 3, no. 1, pp. 265–282, 2024.
- [2] W. Utari and S. Hutasuht, "Pengaruh Pengembangan UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat di Kota Medan," *Innovative: Journal Of Social Science Research*, vol. 4, no. 5, pp. 7645–7652, 2024.
- [3] M. M. Arifqi and D. Junaedi, "Pemulihan perekonomian indonesia melalui digitalisasi UMKM berbasis syariah di masa pandemi Covid-19," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, vol. 3, no. 2, pp. 192–205, 2021.
- [4] B. L. N. Sastradinata, *Strategi UMKM dan bisnis kreatif*. Bumi Aksara, 2024.
- [5] S. I. P. Yuwana, "Corononomics: strategi revitalisasi umkm menggunakan teknologi digital di tengah pandemi covid-19," *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, vol. 2, no. 1, pp. 47–59, 2020.
- [6] L. S. Mudani and K. R. Ariantini, "Strategi Komunikasi Persuasif dengan Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Berbasis Digital," *COMMENT: Jurnal Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi*, vol. 1, no. 2, 2022.
- [7] K. Tanuwijaya, A. T. Wijaya, A. Sikomena, D. Harjanti, and N. K. Marchyta, "Pendampingan pemanfaatan teknologi digital sebagai strategi pemasaran UMKM Nurul Ismiati," *Jurnal Kreativitas dan Inovasi (Jurnal Krianova)*, vol. 4, no. 3, pp. 110–118, 2024.
- [8] L. Awaludin, "Strategi penguatan kompetensi SDM Teknologi Informasi&Komunikasi (TIK) dalam mengoptimalkan penerapan Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE)," *Paradigma POLISTAAT: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, vol. 2, no. 2, pp. 118–134, 2019.
- [9] H. Soetarto and R. Yulastina, "Implementasi Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 Tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE)," *PUBLIC CORNER*, vol. 17, no. 2, pp. 32–44, 2022.
- [10] M. G. Prawira, A. C. D. Panjaitan, and A. A. S. P. Paraniti, "Implementasi Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik Di Pemerintah Kabupaten Tabanan," *Jurnal Ilmiah Raad Kertha*, vol. 6, no. 1, pp. 82–89, 2023.
- [11] A. P. Hidayatullah and L. Mursyidah, "Effectiveness Of Implementing The Tukuoyuk Platform In The Development Of The Msme Sector In Sidoarjo Regency," *Jpap (Jurnal Penelitian Administrasi Publik)*, vol. 10, no. 2, pp. 226–236, 2024.
- [12] E. Sutrisno, "Budaya Organisasi, Kencana Prenada Media Group, Jakarta," *Umam, K*, 2010.
- [13] L. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 36th ed. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2017.

- [14] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- [15] B. M. dan M. H. Miles, *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP, 2019.
- [16] J. Ochianwata and N. Ochianwata, "The Impact of Digital Platforms on SMEs' Development and Performance," in *Small Business and Entrepreneurial Development in Africa: A Route to Sustained Economic Development*, Springer, 2023, pp. 179–194.
- [17] S. Iseal and W. Rahom, "The Role of Digital Platforms in Supporting Small Business Growth in the USA," 2025.
- [18] G. Evangeulista, A. Agustin, G. P. E. Putra, D. T. Pramesti, and H. Madiistriyatno, "Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi," *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, vol. 16, no. 1, pp. 33–42, 2023.
- [19] N. R. A. Talib and M. N. Sari, "Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Peningkatan Brand Awareness pada UMKM Kota Tangerang Selatan di Era Digital," *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen Agribisnis*, vol. 2, no. 2, pp. 87–96, 2024.
- [20] P. Aurelia and H. Sukmana, "Strategi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes) di Desa Sumorame Kabupaten Sidoarjo," *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, vol. 10, no. 4, pp. 882–902, 2025.
- [21] W. Rahayuni and Z. Rusli, "Efektivitas Program Bantuan Langsung Tunai Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kampung Baru Kecamatan Gunung Toar," *AS-SIYASAH: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, vol. 6, no. 2, pp. 17–27, 2021.
- [22] E. D. Astuti and R. Rosita, "Pentingnya transformasi digital UMKM dalam pengembangan ekonomi Indonesia," *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, vol. 2, no. 4, pp. 119–134, 2024.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.