

## INOVASI PROGRAM RUMAH KREATIF SLEMAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL MENENGAH

M. Satrio Akbar<sup>1\*</sup>, Hanantyo Sri Nugroho<sup>2</sup>, Agustina Rahmawati<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Pemerintahan, FES, Universitas Amikom Yogyakarta, Indonesia  
**\*Korespondensi:** [msatrioakbar@students.amikom.ac.id](mailto:msatrioakbar@students.amikom.ac.id)

\*\*\*

### Citation (APA):

Akbar, M. S., Sri Nugroho, H., & Rahmawati, A. (2025). Inovasi Program Rumah Kreatif Sleman dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(1), 214–228. <https://doi.org/10.33506/jn.v11i1.4526>

### Email Authors:

[msatrioakbar@students.amikom.ac.id](mailto:msatrioakbar@students.amikom.ac.id)  
[hanantyo@amikom.ac.id](mailto:hanantyo@amikom.ac.id)  
[agustinarahma@amikom.ac.id](mailto:agustinarahma@amikom.ac.id)

Submitted: 21 Mei, 2025

Accepted: 04 Juni, 2025

Published: 28 Juni, 2025

**Copyright (c) 2025 M. Satrio Akbar, Hanantyo Sri Nugroho, Agustina Rahmawati**

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.



### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji inovasi Program Rumah Kreatif Sleman (RKS) dalam meningkatkan daya saing usaha mikro kecil menengah di Kabupaten Sleman. Penelitian ini juga untuk mengetahui hambatan tantangan dan jenis-jenis inovasi yang ada di Rumah Kreatif Sleman. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, pendekatan penelitian yang bersifat deskriptif, yang menekankan secara mendalam terhadap suatu fenomena, konteks, dan makna. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan mendalam dengan pemangku kepentingan, observasi dan dokumentasi. Adapun teori yang digunakan untuk mengukur keberhasilan inovasi di Rumah Kreatif Sleman yaitu inovasi sebagai event (Ideas), inovasi sebagai proses (deliverable) dan inovasi sebagai capability (environment). Temuan penelitian menunjukkan bahwa program Rumah Kreatif Sleman telah memberikan berbagai inovasi dalam rangka meningkatkan daya saing UMKM melalui program coaching, kelas mentoring, kelas berbagi dan kelas praktik. Namun masih terdapat beberapa hambatan dan tantangan yang perlu diatasi, seperti masalah keterbatasan coach, keterbatasan akses informasi, tingkat semangat UMKM yang berbeda-beda dan sarana prasarana.

**Kata kunci:** Inovasi; Program\_Rumah\_Kreatif\_Sleman; Daya\_Saing\_UMKM

### ABSTRACT

*This study was conducted to examine the innovation of the Sleman Creative House (RKS) Program in Increasing the competitiveness of micro, small and medium enterprises in Sleman Regency. This study also aims to determine the obstacles, challenges and types of innovations that exist in the Sleman Creative House. This type of research is qualitative research, a descriptive research approach, which emphasizes in depth on a phenomenon, context, and meaning. Data were collected through in-depth interviews with stakeholders, observation and documentation. The theories used to measure the success of innovation in the Sleman Creative House are innovation as an event (Ideas), innovation as a process (deliverable) and innovation as a capability (environment). The research findings show that the Sleman Creative House program has provided various innovations to increase the competitiveness of MSMEs through coaching programs, mentoring classes, sharing classes and practice classes. However, there are still several obstacles and challenges that need to be overcome, such as the problem of limited coaches, limited access to information, different levels of MSME enthusiasm and infrastructure.*

**Keywords:** Innovation; Sleman\_Creative\_House\_Program; MSME\_Competitiveness

## PENDAHULUAN

UMKM menjadi salah satu sektor yang memiliki peran penting dan strategis dalam perekonomian nasional. Keberadaan UMKM berdampak pada peningkatan pendapatan nasional maupun daerah serta kemampuannya dalam proses penyerapan tenaga kerja, dengan begitu angka kemiskinan dan pengangguran dapat dimimalisirkan. Pada krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada beberapa tahun lalu, UMKM menjadi sektor yang paling tangguh jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar lainnya. Peran UMKM dalam ekonomi nasional sangat signifikan, baik dalam menciptakan lapangan kerja,

berkontribusi terhadap devisa, maupun dalam pertumbuhan PDB. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga signifikan, mencapai 60,5% atau sekitar Rp 8.573 Triliun setiap tahunnya. Di samping itu, UMKM juga memainkan peran penting dalam menyerap tenaga kerja, mencapai 97% dari total penyerapan tenaga kerja nasional, setara dengan sekitar 116 juta orang. Dalam kontribusi ekspornya meningkat dari 14,37% pada tahun 2020 menjadi 15,69% pada tahun 2021 (Kadin Indonesia, 2024).

UMKM mendominasi pasar dengan pangsa sekitar 99,99%, setara dengan 62,9 juta unit bisnis, sementara usaha besar hanya menyumbang sekitar 0,01%, atau sekitar 5400 unit pada tahun 2017,. UMKM menjadi penyedia lapangan kerja utama dengan menyerap sekitar 107,2 juta tenaga kerja, mencakup sekitar 89,2% dari total tenaga kerja. Usaha Kecil menyumbang sekitar 5,7 juta tenaga kerja (4,74%) dan Usaha Menengah sebesar 3,73 juta (3,11%). Di sisi lain, Usaha Besar hanya menyerap sekitar 3,58 juta tenaga kerja. Secara keseluruhan, UMKM di Indonesia memberikan pekerjaan bagi sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional, sementara usaha besar hanya menyerap sekitar 3% (Marlinah, 2020). Di tahun 2018, jumlah pelaku UMKM mencapai 64,2 juta, yang merupakan 99,99% dari total pelaku usaha di Indonesia. UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 117 juta orang, yang merupakan sekitar 97% dari total tenaga kerja di sektor usaha. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) mencapai 61,1%, sedangkan pelaku usaha besar hanya menyumbangkan 38,9% dari PDB, meskipun jumlah mereka hanya sekitar 5.550 atau 0,01% dari total pelaku usaha (Sasongko, 2020). Pada tahun berikutnya 2021, meskipun dalam situasi pandemi covid-19 jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta, yang berkontribusi sebesar 61,07% atau Rp8.573,89 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). UMKM juga mampu menyerap sekitar 97% dari total angkatan kerja dan mengumpulkan sekitar 60,4% dari total investasi di Indonesia (Sulastri, 2022).

Tercatat peningkatan sebanyak 25.552 pelaku UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada periode 2019-2020 dalam informasi yang disajikan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UMKM (Jogja Dataku, 2021). Perkembangan pelaku UMKM di DIY pada periode 2021-2022 mengalami peningkatan sebesar 5.864, sementara pada periode 2022-2023 jumlahnya mengalami penurunan sebesar 338 pelaku UMKM, namun jika dilihat berdasarkan di setiap wilayah kabupaten dari rentang waktu 2021-2023 terjadi peningkatan yang positif kecuali di Kabupaten Sleman dan KTP luar DIY yang mengalami penurunan pada periode 2022-2023. Ada sekitar 340 ribu UMKM yang beroperasi di wilayah DI Yogyakarta. Informasi ini didasarkan pada registrasi UMKM di aplikasi Sibakul Jogja. Tingkat pertumbuhan UMKM di Provinsi D.I. Yogyakarta mencapai 38%, angka yang lebih tinggi dibandingkan dengan provinsi lain Kepala Bidang Usaha Mikro Dinas Koperasi dan UKM Yogyakarta (Deny, 2024).

Pertumbuhan UMKM Kabupaten Sleman mengalami perkembangan positif dari tahun ke tahun. Hal ini terjadi karena adanya program dari pemerintah DIY yang bertujuan untuk mengurangi tingkat kemiskinan di Kabupaten Sleman. Program tersebut mengutamakan pengembangan sektor UMKM dengan harapan dapat menciptakan lapangan kerja yang besar dan mengurangi tingkat kemiskinan di kabupaten tersebut. Perkembangan UMKM di Kabupaten Sleman menunjukkan bahwa jumlah UMKM terus meningkat dari tahun 2016-2022, sedangkan pada tahun 2023 jumlah pelaku UMKM mengalami penurunan sebesar 27.833. Namun secara keseluruhan rata-rata pertumbuhannya mencapai 12,37% dari rentang periode

tersebut, menunjukkan bahwa UMKM menjadi salah satu kegiatan ekonomi yang diminati oleh masyarakat dan memegang peranan penting dalam meningkatkan perekonomian di Kabupaten Sleman.

Tingkat daya saing suatu organisasi atau komunitas dapat dilihat dari kapasitas keberlanjutan perusahaan, yaitu ketahanannya, yang diukur dengan pangsa pasar, profitabilitas, dan keuntungan (Battaglia, Testa, Bianchi, Iraldo, & Frey, 2014). Berdasarkan riset dari (Naully, et al., 2022) yang berjudul “Sosialisasi Peningkatan Daya Saing UMKM Olahan Kripik Singkong Rasa Gurih Pedas Melalui Kemasan dan Digital Marketing MBKM Program KKN Tematik di Desa Petanang” Menemukan problem daya saing UMKM yaitu dalam proses pemasarannya, UMKM di Desa Petanang masih menggunakan teknologi sederhana dengan menggunakan Handphone dengan didominasi penggunaan media Whatsapp dan Facebook, selain itu masih banyak juga para pelaku UMKM yang menjalankan usahanya tanpa bantuan teknologi. Selanjutnya dalam riset yang dilakukan oleh (Adibah, 2018) yang berjudul “Peningkatan Daya Saing UMKM Kabupaten Pasuruan Untuk Menopang Perekonomian Nasional Dalam Menghadapi Persaingan Global” Ditemukan bahwa penyebab lemahnya daya saing UMKM di Kabupaten Pasuruan yaitu adanya keterbatasan infrastruktur dan akses pemerintah yang berkaitan dengan perizinan dan birokrasi serta tingkat pungutan yang begitu tinggi.

Lebih lanjut, mayoritas pelaku UMKM Kabupaten Sleman belum memiliki daya saing dikarenakan belum memperhatikan terkait masalah pemasaran, pengemasan serta manajemen yang baik (Danar, 2019). Hal tersebut senada dengan permasalahan UMKM pada mitra Rumah Kreatif Sleman hal pertama yaitu, mitra kurang mampu mengenali minat pasar terhadap produknya. Kedua, mereka memiliki keterbatasan dalam memahami produk yang diminati pasar secara luas 5 dan sesuai dengan bisnis mereka. Ketiga, mereka tidak cukup peka terhadap peluang permintaan pasar terhadap produk tertentu. Keempat, mereka tidak memiliki pengetahuan yang cukup dalam merencanakan diversifikasi produk sebagai bagian dari strategi pengembangan bisnis (Nuswantoro, Rohmah, Rahmawati, Purwansyah, & Aisyah, 2024). Masalah tersebut pasti akan mengakibatkan pelaku UMKM tertinggal, yang pada gilirannya akan berdampak pada perekonomian lokal. Sebagai upaya mengatasi berbagai tantangan dalam hal daya saing, Pemerintah Kabupaten Sleman telah mendirikan Rumah Kreatif Sleman sejak tahun 2017, yang diinisiasi oleh Bank Negara Indonesia (BNI) dengan kerja sama dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman. Rumah Kreatif Sleman bertujuan memberikan platform bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha mereka (Tomi, 2017).

Rumah Kreatif Sleman (RKS) mengusung motto Go Online, Go Digital, Go Modern, dan Go Global mencerminkan semangat UKM Sleman untuk meraih kesuksesan hingga tingkat global. Adapun beberapa kegiatan yang dilaksanakan Rumah Kreatif Sleman yaitu memberikan bimbingan kepada Usaha Mikro Kecil Menengah serta memfasilitasi kegiatan forum group discussion. Rumah Kreatif Sleman juga mengadakan pelatihan dan kebutuhan konsultasi serta pendampingan. Terdapat ada beberapa kategori pengelompokkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yaitu fashion, aksesoris, craft, makanan, furniture, dan yang terbaru memunculkan kategori jasa (Mamengko, 2022). Kolaborasi menjadi kunci untuk mengatasi tantangan zaman dan mengimbangi beragam jenis UMKM yang tergabung di bawah naungan Rumah Kreatif Sleman (RKS). Rumah Kreatif Sleman (RKS) senantiasa menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, termasuk akademisi dan praktisi, untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan

anggotanya, sehingga mereka dapat meningkatkan kemajuan usahanya. Beberapa hambatan ditemui oleh anggota yang dibina oleh RKS, seperti kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk/jasa mereka, serta kekurangan pengetahuan tentang strategi untuk meningkatkan profitabilitas usaha. Faktor yang digunakan untuk mengukur keberhasilan dalam inovasi menurut (Rahayu, 2013) yaitu inovasi sebagai event (Ideas), inovasi sebagai process (deliverable) dan Inovasi Sebagai Capability (environment). Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji Inovasi Program Rumah Kreatif Sleman (RKS) Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Sleman. Inovasi merupakan sebagai sebuah kemampuan yang dimiliki (kapabilitas) (Rahayu, 2013). Dalam (Emery, Rousseau, Valoggia, & Nielsen, 2016) Inovasi merupakan proses pengenalan atau penerapan yang dilakukan secara sengaja dalam suatu peran, kelompok atau organisasi berdasarkan gagasan, proses, produk atau prosedur yang baru bagi unit penerapan yang relevan, yang dirancang dengan tujuan untuk memberikan manfaat secara signifikan kepada suatu individu, kelompok, organisasi maupun masyarakat luas.

## METODE

Peneleitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif (Ardiansyah, Risnita, & Jailani, 2023). Pendekatan kualitatif merupakan suatu pendekatan yang memiliki tujuan untuk memahami dan memberikan penjelasan terhadap suatu fenomena melalui interpretasi konteks, pengalaman, dan perspektif individu yang memiliki keterlibatan dalam fenomena tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi subyek penelitian adalah para pelaku UMKM yang tergabung dalam program Rumah Kreatif Sleman serta yang kedua yaitu para pihak terkait pelaksana program yang ada di Rumah Kreatif Sleman. Sementara obyek penelitiannya yaitu Inovasi Program Rumah Kreatif Sleman (RKS) Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Sleman. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu dengan cara melakukan observasi wawancara, dan dokumentasi. Kemudian teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik data data reduction (reduksi data), data display (penyajian data), verivication (penarikan kesimpulan).

**Tabel I.** Informan Penelitian

Nama	Keterangan
Agung Tri Rahmanto	Penyuluh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Madya
Mohammad Arifiandi	Surveyor Rumah Kreatif Sleman
Emi	UMKM
Kurianingsih	UMKM

*Sumber: Diolah Peneliti 2025*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Inovasi Rumah Kreatif Sleman

Terdeapat jenis inovasi rumah kreatif sleman berupa inovasi produk. Inovasi produk merupakan upaya menciptakan produk baru yang bertujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta memfasilitasi pembeli untuk memperoleh produk sebagaimana yang diinginkan. Meskipun demikian, inovasi produk tidak selalu terbatas pada produk itu sendiri. Inovasi produk tidak hanya berkaitan dengan menciptakan produk baru, tetapi juga dengan melakukan perbaikan dan pengembangan pada produk yang sudah ada. Inovasi produk memungkinkan perusahaan atau organisasi untuk beradaptasi dengan

perubahan tren pasar, kebutuhan konsumen, dan regulasi yang baru. Perusahaan atau organisasi yang aktif berinovasi dalam produk yang mereka tawarkan cenderung mendapat reputasi yang baik di mata pelanggan dan mitra bisnis, meningkatkan citra merek mereka. Tujuan utama dari melakukan inovasi produk adalah untuk memperkuat posisi di pasar dengan menawarkan beragam pilihan produk kepada konsumen. Selain itu, inovasi produk juga merangsang pertumbuhan perusahaan, meningkatkan daya saing, memenuhi kebutuhan

“Inovasi-inovasi baru yang kita lakukan yaitu, kolaborasi dengan beberapa pihak misalnya, ide program podcast bekerjasama dengan Bank BPD DIY, nanti setelah lebaran programnya akan dilanjutkan, setiap dua bulan sekali akan mengadakan podcast dengan narasumber atau tokoh usaha bisnis yang berbeda-beda yang harapannya akan menginspirasi ke teman-teman yang lain. Selain itu juga ada program pendekatan dari Bank BPD DIY yaitu meminta RKS untuk menyediakan UMKM untuk mengikuti mini bazar” (Wawancara, 27 Maret 2024)

Salah satu bentuk inovasi produk yang ditawarkan oleh Rumah Kreatif Sleman adalah program kolaborasi dengan bank BPD DIY, antara lain pengadaan podcast yang menghadirkan beberapa inspirator, program ini diharapkan mampu menjadi bahan motivasi dari pelaku UMKM. Kemudian pengadaan minibazar yang diisi oleh UMKM mitra RKS dan memberikan layanan fasilitasi sertifikasi halal kepada UMKM.

Terdeapat jenis inovasi rumah kreatif sleman berupa inovasi pemasaran. Inovasi pemasaran adalah pengembangan dan implementasi ide-ide baru atau pendekatan yang kreatif dalam memasarkan produk, layanan, atau merek kepada target pasar. Ini bisa meliputi penggunaan teknologi baru, strategi promosi yang unik, peningkatan dalam proses distribusi, atau pendekatan komunikasi yang berbeda untuk mencapai tujuan pemasaran yang lebih efektif. Tujuan utamanya adalah untuk membedakan diri dari pesaing, menarik perhatian konsumen, dan memperluas pangsa pasar. Inovasi dalam pemasaran tidak hanya sebatas mengadopsi teknologi baru, tetapi juga menerapkan ide-ide baru yang efektif. Inovasi memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kualitas produk atau layanan. Melalui inovasi, perusahaan dapat menjangkau pasar baru, meningkatkan penjualan, dan pendapatan. “Kalau terkait dengan branding atau pemasaran kita mengadakan sosialisasi di media digital mengenai tentang dunia *go digital* kemudian melalui pameran” (Wawancara, 27 Maret 2024). RKS menerapkan inovasi dalam pemasaran dengan memanfaatkan media sosial seperti *WhatsApp* dan *Instagram* untuk memperkenalkan programnya kepada para pelaku UMKM di Kabupaten Sleman. Sebagai contoh, melalui *Instagram*, RKS secara rutin memposting poster tentang kelas bimbingan untuk IKM, aktivitas kelas IKM, dan konten edukatif lainnya. Selain itu proses pemasaran atau branding juga dilakukan melalui kegiatan-kegiatan pameran.

Terdeapat jenis inovasi rumah kreatif sleman berupa inovasi teknis. Inovasi teknis adalah transformasi dalam penampilan fisik atau efisiensi suatu produk atau layanan, atau dalam proses fisik di mana produk atau layanan tersebut diproduksi. Berkaitan dengan teknik-teknik yang digunakan dalam mendesain, pengawasan serta dalam pengerjaannya. “Untuk teknisnya pelayanannya secara online seperti penggunaan *google form*, penyediaan player dan narasumber kemudian nanti kita sortir, kita juga memfasilitasi proses sertifikasi halal gratis” (Wawancara, 27 Maret 2024).

“Dulu awalnya pemilihan peserta dalam program *coaching* hanya melalui pendaftaran lalu langsung kita pilih, kita lakukan evaluasi, terus kita lakukan perbaikan, sekarang kita sistemnya interview dulu, misalnya yang kelas besar dikasih pemahaman kebutuhan *coaching* nantinya coachnya akan memilih pesertanya” (Wawancara, 26 Maret 2024).

Terdapat beberapa inovasi teknis yang dihasilkan RKS. Pertama, proses seleksi, seleksi merupakan evaluasi atau keputusan untuk menerima atau menolak seorang kandidat untuk suatu posisi tertentu, didasarkan pada perkiraan tentang kemampuan kandidat untuk sukses dalam peran tersebut. RKS melakukan proses seleksi kepada para pelaku UMKM yang akan tergabung pada program *coaching*, yang sebelumnya melalui proses seleksi sederhana. UMKM yang terpilih adalah UMKM yang sudah memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan standar yang ditetapkan RKS. Kedua, fasilitasi proses sertifikasi halal secara gratis bagi pelaku UMKM. Fasilitasi adalah tindakan menciptakan lingkungan di mana setiap individu dalam suatu kelompok dapat berperan aktif dan merasa memiliki tanggung jawab terhadap hasilnya. Ini melibatkan pembentukan tujuan bersama dan penyusunan proses untuk membantu kelompok mencapai tujuan tersebut secara efektif. Dalam hal ini RKS memfasilitasi UMKM dalam pembuatan sertifikasi halal. Ketiga, inovasi administrasi, setiap bentuk transformasi gagasan dan pengetahuan baru yang mampu menciptakan nilai tambah dalam satu atau lebih aspek dan atau proses administrasi. Berkaitan dengan proses administrasinya seperti penyimpanan data, membuat data dan mengumpulkan data. Dalam proses pendaftaran untuk menjadi mitra RKS, RKS sendiri sudah menyediakan pendaftaran secara online melalui link yang sudah disediakan di media sosialnya, data data yang sudah diinput pendaftar akan secara otomatis masuk kedalam data base RKS. RKS juga mengadopsi sistem penyimpanan data-data IKM unggulan yang bernama Cariaku.

### **Hambatan dan Tantangan Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Sleman**

Hambatan merupakan faktor yang dapat menghambat kemajuan atau pencapaian suatu tujuan. Tantangan adalah sesuatu yang merangsang atau mendorong keinginan untuk meningkatkan kemampuan dalam menghadapi masalah; itu merupakan pendorong untuk bekerja lebih keras dan sebagainya. Inovasi memiliki peran yang vital dalam berbagai aspek, seperti mencapai kesuksesan jangka panjang. Namun, menjadi inovatif bukanlah hal yang mudah, sehingga tidak semua orang mampu melakukannya. Dapat dikatakan bahwa separuh tantangan dalam proses inovasi adalah mengidentifikasi hambatan-hambatannya.

Beragam jenis hambatan dan tantangan tidak hanya berasal dari internal RKS, melainkan juga terdapat faktor eksternal. Berikut ini beberapa hambatan dan tantangan yang dialami oleh RKS dalam meningkatkan daya saing usaha mikro kecil menengah di kabupaten Sleman Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola RKS Mohammad Arifiandi dan Agung Tri Rahmanto:

Terdapat keterbatasan coach dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Sleman. Dari kutipan wawancara dengan Agung Tri Rahmanto dapat dikatakan bahwa Rumah Kreatif Sleman menghadapi tantangan terkait keterbatasan jumlah coach yang tersedia. Saat ini, hanya ada dua coach yang tersedia, yang tidak sebanding dengan jumlah anggota program *coaching*. Selain itu, ketersediaan waktu coach juga terbatas, yang kadang-kadang mengakibatkan penundaan dalam

pelaksanaan program sesuai jadwal yang telah ditetapkan. “Hambatan-hambatannya ya itu keterbatasan coach, kita kan coachnya cuma dua, sedangkan yang ingin ikut kan banyak” (Wawancara, 26 Maret 2024).

Terdapat keterbatasan akses informasi dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Sleman. Akses adalah kesempatan untuk mendapatkan atau menggunakan sumber daya tertentu, sedangkan informasi adalah penjelasan, keterangan, pemberitahuan, atau berita yang mendukung pemahaman tentang suatu hal, terutama ketika itu berkaitan dengan pesan yang jelas dalam suatu teks atau dokumen. Akses informasi adalah ketersediaan yang diberikan kepada individu atau masyarakat untuk mendapatkan informasi publik yang mereka perlukan dengan mudah. Hambatan akses informasi timbul dari orang yang mencari informasi, cara untuk mendapatkannya, dan sumbernya. Contohnya, pencari informasi mungkin tidak menyadari kebutuhan informasi mereka, tidak tahu di mana mencari informasi yang mereka butuhkan, kurangnya kepercayaan diri, dan kesulitan dalam menyaring informasi. Akses informasi bisa menjadi terhambat seperti jaringan yang tidak stabil. Sumber informasi, seperti blog yang tidak dapat dipercaya, mungkin memuat informasi tanpa sumber yang jelas sehingga berpotensi menyebarkan informasi palsu atau hoaks. Berikut ini kutipan wawancara dengan aparatur RKS Agung Tri Rahmanto:

“Kita rencananya mau mengadakan program bimbingan secara langsung dengan menjemput UMKM di daerah-daerah yang jauh dari pusat kegiatan, selama ini kan hanya terpusat di RKS dan UMKM memiliki keterbatasan akses, jadi yang jauh-jauh itu tidak bisa” (Wawancara, 26 Maret 2024)

Keterbatasan akses informasi menjadi penyebab kurangnya pengetahuan para pelaku UMKM di daerah terpencil tentang program RKS. Hal ini terjadi karena sebagian pelaku UMKM belum familiar dengan penggunaan media digital, termasuk internet, untuk mencari dan mengakses informasi. Hal ini juga berkaitan dengan keterbatasan sarana prasarana.

Terdapat keterbatasan tingkat semangat UMKM dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Sleman. Semangat secara umum digunakan untuk menunjukkan antusiasme yang besar dan keinginan untuk mencapai tujuan dengan pengorbanan. Semangat merupakan dorongan kuat yang dialami oleh individu, yang dianggap sebagai bagian mendasar dari suatu aktivitas, yang mengarahkan potensi, menghidupkan, dan meningkatkan tingkat motivasi yang tinggi. RKS sering menghadapi tantangan terkait tingkat motivasi yang beragam di antara pelaku UMKM, seperti ada beberapa pelaku UMKM yang tidak hadir dalam program-program yang dijalankan RKS. Beberapa pelaku UMKM juga kehilangan semangat dan berhenti di tengah jalan setelah mengalami beberapa masalah. Berikut ini hasil kutipan wawancara dengan aparatur RKS Agung Tri Rahmanto dan Mohammad Arifiandi:

“Dalam program coaching contohnya, tidak semua UMKM siap untuk ikut, dikarenakan tekanan dari coach untuk memenuhi target, tingkat semangat UMKM yang berbeda-beda” (Wawancara, 26 Maret 2024)

“Di lapangan kita ada beberapa kendala, misalnya dari pengelola sendiri, jika ada peserta yang tidak hadir, maka kita cari dan meminta komitmen mereka. Banyak juga pelaku UMKM yang tidak hadir di hari program kelasnya” (Wawancara, 27 Maret 2024)

Terdapat keterbatasan sarana dan prasarana dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Sleman. Sarana dan prasarana merupakan fasilitas yang mendukung kesuksesan suatu proses atau usaha dalam pelayanan publik. Kehadiran keduanya sangat penting karena tanpanya, semua upaya yang dilakukan tidak akan mencapai hasil yang diinginkan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Sarana prasarana merujuk pada fasilitas atau peralatan yang dibutuhkan untuk mendukung pelaksanaan suatu kegiatan atau aktivitas tertentu. Menurut hasil wawancara dengan aparatur RKS Mohammad Arifiandi para pelaku UMKM yang mengikuti kelas bimbingan teknologi cenderung memiliki keterbatasan sarana-prasarana, misalnya alat-alat elektronik seperti laptop atau hand phone yang dimiliki tidak bisa mendukung kegiatan karena masih menggunakan versi yang lama. "Selama pelatihan juga banyak peserta yang tidak memiliki kebutuhan-kebutuhan sarana-prasarana yang memadai" (Wawancara, 27 Maret 2024).

### **Ide Rumah Kreatif Sleman Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman**

Terdapat Program Coaching yang menjadi ide Rumah Kreatif Sleman dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman. Coaching adalah bentuk kolaborasi antara pelatih dan klien (*Coachee*), yang melibatkan proses untuk merangsang pemikiran (mendorong dan mengeksplorasi pemikiran) dan proses kreatif yang menginspirasi mereka untuk mengoptimalkan potensi pribadi dan profesional mereka. Coaching sendiri memiliki beberapa manfaat yaitu: (a) *Coaching* dapat membantu pengambilan keputusan, Ketika *coachee* memiliki beberapa pilihan dalam proses coaching, coach akan membimbing *coachee* untuk mempertimbangkan berbagai sudut pandang, sehingga *coachee* dapat memilih opsi yang paling sesuai untuk menyelesaikan tantangan yang dihadapinya. (b) *Coaching* dapat mengeluarkan potensi diri seseorang, dalam proses coaching, seorang coach akan mendorong *coachee* (orang yang sedang dilatih) untuk mempertimbangkan berbagai sudut pandang, sehingga *coachee* dapat berpikir secara kreatif dan menemukan solusi untuk tantangan yang dihadapinya. (c) *Coaching* sebagai persiapan menghadapi masa mendatang, *Coaching* membantu *coachee* untuk mengidentifikasi prioritas dan fokus dalam kehidupan mereka, sehingga mereka dapat merencanakan langkah-langkah untuk masa depan. (d) Peningkatan kinerja maupun produktivitas, *Coaching* di lingkungan perusahaan atau organisasi sering dilakukan untuk meningkatkan produktivitas kerja. *Coaching* membantu karyawan dalam merumuskan metode kerja, menetapkan target, merencanakan tindakan, dan lainnya. Bagi UMKM adanya program *coaching* sangat jelas manfaatnya, terutama untuk merangsang pemikiran (mendorong dan mengeksplorasi pemikiran) dan proses kreatif yang menginspirasi mereka untuk mengoptimalkan potensi pribadi dan profesional mereka. Program *coaching* di RKS adalah upaya pendampingan untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dilaksanakan RKS dengan sesi pertemuan secara pribadi oleh seorang coach yang ahli dengan pelaku UMKM. Program ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam menganalisis dan mengevaluasi usaha yang dijalankannya untuk mencapai sesuai dengan target omzet mereka. Program ini berlangsung selama 6 bulan dengan 12 sesi pertemuan. Dalam program ini pelaku UMKM akan diberikan arahan serta evaluasi terkait dengan perkembangan usaha mereka oleh seorang coach. Program ini diikuti oleh beberapa UMKM yang terpilih sesuai dengan kriteria tertentu. tidak semua UMKM dapat mengakses program ini karena harus lolos melalui proses penilaian internal dari tim RKS yang memiliki standar kualifikasi khusus untuk bergabung dalam program tersebut.

Terdapat Kelas Mentoring yang menjadi event Rumah Kreatif Sleman dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman. Mentor tidak hanya memberikan saran tentang kinerja bisnis, tetapi juga membantu dalam memperbaiki keterampilan dan kompetensi yang krusial untuk meningkatkan pengelolaan bisnis. Sebagai contoh, mentor bisnis dapat berbagi pengalaman serta wawasan keuangan mereka. Tujuan mentoring adalah untuk memberikan dukungan dan motivasi kepada individu agar mereka dapat mengelola pembelajaran mereka sendiri dengan baik, sehingga mereka dapat mencapai potensi maksimal, mengembangkan keterampilan, dan meningkatkan kinerja mereka. Mentoring kelas adalah jenis bimbingan klasik untuk para pelaku UMKM yang dipimpin oleh mentor profesional dalam bidangnya. Dalam kelas mentoring ini, berbagai topik ditawarkan, seperti kelas pemasaran digital yang berkaitan dengan penggunaan media sosial seperti Instagram, *WhatsApp Business*, dan *platform Marketplace* di *Facebook*. Para pelaku UMKM akan diberikan pemahaman terkait dengan penggunaan dan pemanfaatan fitur-fitur dalam media sosial kemudian berkaitan dengan *business plan*, pengelolaan keuangan, pemasaran dan lain sebagainya. Program ini biasanya berlangsung 3-4 kali dalam sebulan. Tujuan dari program ini yaitu untuk memberikan pengetahuan kepada para pelaku UMKM terkait dengan kebutuhan-kebutuhan usaha mereka.

Terdapat Kelas Berbagi yang menjadi event Rumah Kreatif Sleman dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman. *Sharing session* merupakan aktivitas di mana individu atau kelompok mengalirkan pengetahuan, pengalaman, atau informasi tertentu kepada orang lain. Hal ini dapat terjadi dalam berbagai situasi, seperti dalam rapat resmi, konferensi, pertemuan virtual, atau bahkan dalam percakapan informal sehari-hari. Tujuan utamanya adalah untuk memperlancar aliran informasi yang berguna dan memperluas pemahaman. *Sharing session* berfungsi sebagai upaya untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Pemimpin bisnis dan pengusaha secara rutin berbagi strategi serta pengalaman mereka guna mendukung kesuksesan orang lain dalam mencapai tujuan mereka. Kelas berbagi adalah inisiatif di mana pelaku UMKM yang telah mencapai kesuksesan *sharing* pengetahuan dan pengalaman mereka kepada rekan-rekan sesama pelaku UMKM yang masih berkembang terkait dengan bidang usaha dan keahlian yang mereka miliki. Tujuannya adalah untuk memberikan inspirasi dan motivasi bagi pelaku UMKM lainnya. Kelas ini biasanya diadakan sesuai dengan adanya kesepakatan antara narasumber dengan para pelaku UMKM. Program ini diadakan untuk memberikan nilai pengetahuan baru dari pengalaman-pengalaman pelaku UMKM yang telah sukses sebelumnya.

Terdapat Kelas Praktik yang menjadi event Rumah Kreatif Sleman dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman. Kelas praktik merupakan kelas yang diadakan oleh RKS dengan menggandeng tokoh yang ahli dibidangnya seperti mengundang seorang pengerajin bucket, kemudian perusahaan pengemasan, dan beberapa tokoh lainnya. Dalam kelas ini para pelaku UMKM akan diajarkan secara langsung terkait dengan masalah teknis misalnya dalam mempromosikan produknya melalui media digital seperti tiktok, instagram dan media sosial lainnya. Program biasanya berlangsung 3-4 kali dalam sebulan. Tujuan dari kelas ini yaitu untuk memberikan pemahaman secara langsung dari pelaku UMKM dalam hal teknisnya.

## **Proses Rumah Kreatif Sleman dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman**

Terdapat Program *Coaching* yang menjadi proses Rumah Kreatif Sleman dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman. Pada tingkat yang lebih lanjut, inovasi tidak hanya terbatas pada ide-ide baru, tetapi juga menjadi bagian dari proses produksi dimana organisasi mengintegrasikan inovasi ke dalam perencanaan, struktur pemecahan masalah, pelaksanaan, pengembangan, dan evaluasi implementasi ide-ide tersebut. Prakondisi awal kemudian berkembang menjadi peluang baru dengan dukungan infrastruktur dan sumber daya yang diperlukan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola RKS Mohammad Arifiandi dengan kutipan sebagai berikut:

“Dari penjelasan beberapa program, misalnya program coaching, program coaching sendiri kita bagi berdasarkan batch, setiap batch itu terdiri dari 5 orang, yang nantinya akan didampingi selama 6 bulan secara privat, dalam pertemuannya dengan sesi sebanyak 2 minggu sekali, kemudian para pelaku UMKM akan dibimbing dan dipantau terkait dengan progres dari usaha mereka. Mereka akan diberikan waktu 30 menit untuk menceritakan terkait dengan progres usaha mereka. Nantinya coach akan memberikan arahan-arahan terkait dengan posisi bisnis mereka. Jika mereka menghadapi beberapa kendala akan dijadikan bahan diskusi dan akan mendapatkan pertimbangan dari coach untuk diberikan solusi. Dari setiap UMKM tentunya memiliki tingkat perkembangan yang berbeda-beda. Untuk memacu perkembangan pelaku UMKM, coach biasanya akan memberikan trigger target omzet kepada para pelaku UMKM, di RKS sendiri terdapat 2 coach yang masing-masing coach membina 5 UMKM” (Wawancara, 27 Maret 2024).

Sementara wawancara lainnya dengan pengelola RKS Agung Tri Rahmanto dengan kutipan sebagai berikut:

“Kelas coaching merupakan salah satu program inovatif dari RKS, setiap tahunnya sudah menghasilkan beberapa angkatan, biasanya pelatihan-pelatihan lainnya bentuk pelatihan klasikal, namun dalam program ini bentuknya satu persatu, ada PR nya, UMKM akan dipilih yang mau mengikuti program ini, kemudian akan di tes satu persatu sesuai dengan kelayakannya, para pelaku UMKM setiap 2 minggu sekali akan bertemu coach yang nantinya akan diberikan pekerjaan rumah. Manfaatnya jelas bagi para pelaku UMKM, yaitu adanya mentor yang melekat. Kunci keberhasilan program ini yaitu dari pemilihan pesertanya. Dulu kami memilih pesertanya melalui proses pendaftaran biasa kemudian dipilih langsung, kemudian kami melakukan evaluasi untuk sekarang pesertanya harus melalui interview” (Wawancara, 26 Maret 2024).

Dari hasil wawancara tersebut dapat diuraikan bahwa program coaching sendiri memberikan pemantauan serta penilaian terhadap perkembangan usaha para pelaku UMKM yang berpartisipasi dalam program ini. Dalam prosesnya, tim RKS akan memilih para pelaku UMKM untuk mendapatkan bimbingan pribadi, di mana setiap pertemuan dilakukan secara individual dengan coach mereka dengan dikelompokkan menjadi beberapa batch yang yang didalamnya beranggotakan 5 orang. Untuk saat ini jumlah coach yang tersedia di RKS yaitu sebanyak dua orang, dengan satu coach bisa mendampingi satu kelompok pelaku UMKM. Program tersebut biasanya berlangsung selama 6 bulan dengan 12 sesi pertemuan. Durasi dalam

sesi pertemuan untuk satu orang UMKM dengan coach diberikan waktu 30-45 menit. Selama program, pelaku UMKM akan dipantau dan dievaluasi terkait perkembangan usaha mereka selama periode tersebut. Para UMKM juga akan diberikan arahan terkait dengan usaha yang sedang dijalankannya. Misalnya terkait dengan problem-problem atau progres usaha yang dijalankannya. Coach dari program ini akan berdiskusi dengan pelaku para UMKM dalam pemecahan masalah, penentuan arah tujuan dan lain sebagainya yang menyangkut kebutuhan UMKM dan target yang ditetapkan dalam menjalankan usahanya. Nantinya pelaku UMKM juga akan diberikan PR oleh coach untuk disampaikan hasilnya di setiap pertemuan selanjutnya. Dalam program ini, kemajuan setiap UMKM bervariasi karena perbedaan dalam kemampuan individu dan tingkat motivasi mereka. Contohnya, beberapa pelaku UMKM mungkin jarang hadir atau tidak melakukan tugas yang diberikan oleh pelatih, sehingga berpotensi digantikan oleh peserta lain.

Terdapat Kelas Mentoring yang menjadi proses Rumah Kreatif Sleman dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman. Kelas mentoring merupakan kelas yang diikuti oleh banyak pelaku UMKM sekaligus dalam pelaksanaannya. Kelas ini mendatangkan mentor profesional, ada beragam tema yang ditawarkan misalnya terkait dengan digital marketing, pengemasan produk, fotografi dan masih beragam lainnya.

“Kelas mentoring merupakan bentuk kelas klasikal, yaitu kelas yang diikuti banyak peserta sekaligus, untuk pendaftarannya kita biasanya melakukan seleksi juga, misalnya dengan tema digital marketing, nanti pesertanya kita akan lihat, bagaimana media sosialnya, apakah mereka layak untuk mengikutinya. Jika kita memilih secara random maka di dalam kelasnya nanti akan terjadi ketimpangan, misalnya ada yang udah punya media sosial dan yang lainnya masih belum punya, maka yang diharapkan keselarasan agar penyampaian narasumbernya lebih enak” (Wawancara, 27 Maret 2024).

Terdapat beberapa jenis-jenis kelas yang ditawarkan. Pertama, digital marketing, pentingnya pemasaran digital dalam bisnis tidak bisa diabaikan. Dalam era teknologi saat ini, keberadaan pemasaran digital tidak hanya penting untuk menjaga eksistensi bisnis, tetapi juga untuk tetap bersaing dalam pasar yang terus berkembang. Ada beberapa alasan mengapa pemasaran digital menjadi strategi yang krusial untuk kesuksesan bisnis yaitu: (a) Meningkatkan Jangkauan Bisnis, (b) Meningkatkan Kesadaran Merek, (c) Meningkatkan Konversi dan Penjualan, (d) Target Audiens yang Lebih Presisi, (e) Fleksibel dalam Menyesuaikan Strategi Pemasaran, (f) Bisa Langsung Mengukur Hasil Kampanye Pemasaran Digital, (g) Mampu Berinteraksi dengan Pelanggan secara Langsung, (h) Efisiensi Biaya Pemasaran, (i) Memenuhi Ekspektasi Pelanggan. Oleh karena itu pentingnya digital marketing bagi UMKM yaitu UMKM bisa memiliki kesempatan untuk mengarahkan produknya ke pasar yang lebih besar karena alat-alat pemasaran digital dirancang untuk mengumpulkan data yang akurat mengenai perilaku dan preferensi pengguna terkait segmen pasar khusus atau produk dan layanan yang ditawarkan.

Terdapat Digital Marketing yang menjadi proses Rumah Kreatif Sleman dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman. Para pelaku UMKM yang ingin mengikuti kelas ini biasanya akan melalui proses seleksi internal oleh RKS. Pelaku UMKM yang diutamakan umumnya masih memiliki pengetahuan yang minim terkait dengan digital marketing. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari ketimpangan di dalam kelas. Di dalam kelas ini terdapat berbagai macam pelatihan yang

ditawarkan, seperti penggunaan media sosial TikTok. Dalam pelatihan ini, para peserta UMKM akan dipandu tentang cara mendaftarkan usaha mereka di Toko TikTok, termasuk langkah-langkah dan persyaratan yang diperlukan. Pelatihan juga mencakup pembuatan konten yang menarik untuk usaha, tips dan trik untuk memastikan konten tersebut tampil di fyp (*For You Page*) TikTok. Selain itu, terdapat pelatihan tentang pemanfaatan pasar Facebook, termasuk tata cara pendaftaran, strategi untuk menarik konsumen, dan proses transaksi. Contoh terakhir, ada pelatihan mengenai penggunaan *WhatsApp Business*, di mana peserta UMKM akan belajar tentang manajemen usaha secara profesional melalui platform tersebut, serta cara menampilkan produk di katalog *WhatsApp Business*. Kedua, pengemasan produk, kemasan memiliki peran ganda sebagai wadah, alat distribusi, dan alat pemasaran, sehingga desainnya harus disesuaikan dengan jenis produk dan target pasar. Sebagai wadah, kemasan bertanggung jawab untuk menyimpan dan melindungi produk agar tetap aman dan terjaga kualitasnya dari faktor seperti panas, air, mikroorganisme, dan kontaminan lainnya. Di samping itu, kemasan juga berperan sebagai sarana distribusi dengan tugas memudahkan proses distribusi secara efisien dan ekonomis. Kemasan memiliki kemampuan untuk menyimpan dan melindungi barang selama proses distribusi, sementara juga berperan sebagai alat pemasaran yang bisa menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan produk. Membuat merek melalui kemasan melibatkan usaha untuk memperkuat identitas produk melalui desain kemasan. Desain kemasan memerlukan perhatian khusus karena menciptakan citra produk yang akan dikenang oleh konsumen segera setelah melihat kemasan produk yang ditawarkan. Di dalam program RKS para pelaku UMKM akan diajarkan bagaimana membuat produk yang dijual terlihat menarik dari segi pengemasan. Dalam kelas ini RKS juga menggandeng beberapa perusahaan pengemasan untuk mengadakan kelas pelatihan bagi UMKM.

Ketiga, kelas fotografi, foto produk yang menarik akan membantu pelanggan membayangkan produk yang mereka beli dengan lebih mudah. Selain itu, foto produk yang berkualitas juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut. Foto produk yang baik dan menarik juga dapat meningkatkan nilai jual dan nilai dari produk tersebut. Kelas Fotografi merupakan kelas bagi para pelaku UMKM yang berisikan bagaimana tata cara menghasilkan foto produk yang bagus, seperti teknik pencahayaan, tampilan produk, kemudian proses editing. Keempat, kelas berbagi, kelas berbagi merupakan kelas yang diinisiasi oleh RKS dengan proses pelaksanaannya yaitu tim RKS sendiri akan mendatangkan para pelaku UMKM yang sudah sukses untuk berbagi hal yang berkaitan dengan motivasi dan masalah teknis penjualan produk, pengemasan, branding dan lain sebagainya. Sebelum mendatangkan narasumbernya, RKS terlebih dahulu akan menawarkan kelas tersebut kepada para pelaku UMKM yang tertarik. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan aparaturnya RKS bapak Mohammad Arifiandi dengan kutipan sebagai berikut:

“Kelas berbagi merupakan kelas sharing dari kami, untuk teman-teman UMKM yang sudah sukses mengenai usahanya dan keahliannya, program ini sifatnya kita menawarkan teman-teman UMKM, untuk yang sudah oke maka kita adakan kelasnya” (Wawancara, 27 Maret 2024).

Kelima, kelas praktik, pada kelas ini, para pelaku UMKM akan mendapatkan bimbingan teknis secara langsung, misalnya dalam pengemasan produk, para pelaku UMKM diminta untuk menyediakan bahan-

bahan dan alat-alat yang diperlukan, kemudian dalam kelas pembuatan buket, para pelaku UMKM akan diajarkan tata cara pemilihan bahan, mendesain, dan proses pengemasan jika ada transaksi penjualan.

“Untuk kelas praktik, kelas ini merupakan kelas umum, seperti cooking kelas, digital ads, pembuatan bucket atau materi promosi, pembuatan konten-konten. Kita juga menyediakan fasilitas seperti desain logo, desain kemasan dan foto produk itu secara gratis, nanti prosedurnya daftar dulu melalui whatsapp kemudian nanti akan dijadwalkan, setelah dijadwalkan UMKM bisa datang dengan membawa proferti atau produk yang dimiliki. Nantinya mereka akan dibantu oleh tim dari RKS” (Wawancara, 27 Maret 2024).

### **Lingkungan Rumah Kreatif Sleman Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Sleman**

Rumah Kreatif Sleman sendiri merupakan wadah bagi para pelaku UMKM di Kabupaten Sleman untuk bertumbuh, di RKS terdapat beberapa program kegiatan yang dilaksanakan dalam upayanya untuk meningkatkan daya saing UMKM antara lain yaitu program coaching, mentoring, berbagi dan kelas praktik. Dalam jalannya program tersebut, tim RKS mendatangkan sumber daya manusia yang berkualitas sebagai coach, mentor maupun motivator bagi para pelaku UMKM. Misalnya dalam program *coaching*, RKS menyediakan seorang profesional busnises coach, kemudian kelas mentor RKS menghadirkan *owner-owner* yang profesional dibidangnya. Namun sebelumnya tim RKS terlebih dahulu akan menseleksi background serta kompetensi dari masing-masing pemateri kelas. Berdasarkan hasil wawancara dari pelaku UMKM salah satunya yaitu Ibu Emi selaku mitra dari RKS terkait dengan program-program RKS, mendapatkan respon dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“Dengan mengikuti program RKS, dampak yang dirasakan yaitu semakin berkembang ilmunya dalam usaha saya yaitu pemasaran produk yang semakin luas, pelatihan-pelatihan online seperti digital marketing berdampak pada omset penjualan, namun hal yang menjadi kekurangannya yaitu proses antre untuk mendapatkan pelatihan harus menunggu lama, selain itu juga adanya batasan usia dalam kelas-kelas pelatihan dan juga keterbatasan tempat” (Wawancara, 26 Maret 2024)

Selain itu, dari responden kedua yaitu Ibu Kurianingsih yang juga merupakan mitra RKS dengan hasil wawancara sebagai berikut:

“Saya awal-awal bergabung belum memiliki kompetensi dalam desain kemasan yang bagus, produk yang bagus, dengan bergabungnya saya dengan RKS untuk desain kemasan dan desain produk bisa meningkatkan nilai jual, adanya RKS itu sangat membantu UMKM misalnya saya dari nol, dari aspek pemasaran, foto produk dan pemanfaatan media digital” (Wawancara, 26 Maret 2024)

Dari hasil wawancara dengan pelaku UMKM tersebut adanya RKS sangat berdampak positif atas usaha mereka seperti peningkatan omzet dari usahanya. Walaupun ada beberapa kekurangan yang dirasakan pelaku UMKM yaitu persoalan terkait dengan waktu antre pelatihan yang lama dan keterbatasan tempat. Dengan adanya respon positif yang diterima oleh RKS terkait dengan penyelenggaraan program serta dampak yang diberikan terhadap usaha mereka hal tersebut mengindikasikan bahwa kapasitas penyelenggara program di RKS sudah sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan para pelaku UMKM.

## SIMPULAN

Rumah Kreatif Sleman (RKS) telah menghasilkan program yang inovatif, seperti program coaching, kelas mentoring, kelas berbagi dan kelas praktik bagi para pelaku UMKM. Berkaitan dengan proses-proses dalam penyelenggaraan, beberapa program inovatif dari RKS sudah berjalan sangat baik. Hal ini berkaitan dengan kapasitas dan lingkungan dari penyelenggara program yang dijalankan. Dalam menjalankan programnya, tim RKS mendatangkan sumber daya manusia yang berkualitas sebagai coach, mentor maupun motivator bagi para pelaku UMKM. Meskipun demikian, program RKS sering mengalami hambatan dan tantangan baik dari internal maupun eksternal seperti: (a) Keterbatasan Coach, saat ini RKS hanya memiliki 2 coach yang tidak sebanding dengan jumlah UMKM binaan RKS. (b) Keterbatasan Akses Informasi, keterbatasan akses informasi menjadi penyebab kurangnya pengetahuan para pelaku UMKM di daerah terpencil tentang program RKS. (c) Tingkat Semangat Pelaku UMKM, beberapa pelaku UMKM juga kehilangan semangat dan berhenti di tengah jalan setelah mengalami beberapa masalah. (d) Sarana Prasarana, para pelaku UMKM masih banyak yang menggunakan hand phone atau laptop versi lama yang tidak dapat mendukung proses kegiatan pelatihan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adibah, F. (2018). PENINGKATAN DAYA SAING UMKM KABUPATEN PASURUAN. *MAGISTRA*, 8.
- Akta Dia Naully, A. P. (2022). SOSIALISASI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM OLAHAN KERIPIK SINGKONG RASA GURIH PEDAS MELALUI KEMASAN DAN DIGITAL MARKETING MBKMPROGRAMKKN TEMATIK DI DESA PETANANG. *PORTAL RISET DAN INOVASI PENGABDIAN MASYARAKAT(PRIMA)*, 12.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Islam*, 2987-1298.
- Battaglia, M., Testa, F., Bianchi, L., Iraldo, F., & Frey, M. (2014). Corporate Social Responsibility and Competitiveness within SMEs of the Fashion Industry: Evidence from Italy and France. *sustainability*, 2071-1050.
- Damanik, D., & Purba, E. (2020). ANALISIS DAYA SAING SEKTOR PARIWISATA DI KABUPATEN SIMALUNGUN. *EKUILNOMI : Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2614 - 7181.
- Danar. (2019). Mendorong UMKM Sleman Miliki Daya Saing. Retrieved from Krjogja.com: <https://www.krjogja.com/sleman/1242533184/mendorong-umkm-sleman-miliki-daya-saing>
- Deny, S. (2024). jumlah UMKM Yogyakarta Tembus 340 Ribu, 75% Sudah Go Digital. Retrieved from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5545207/jumlah-umkm-yogyakarta-tembus-340-ribu-75-sudah-go-digital?page=2>
- Emery, Y., Rousseau, A., Valoggia, P., & Nielsen, S. M. (2016). TOWARDS INNOVATIVE PUBLIC SERVICES: A framework for the development of the innovation capability of European Public Administrations.
- Hendro. (2011). Dasar-dasar kewirausahaan panduan bagi mahasiswa untuk mengenal, memahami, dan memasuki dunia bisnis. Jakarta: Erlangga.

- Jogja Dataku. (2021). Master Data. Retrieved from [bappeda.jogjaprov.go.id: https://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data\\_dasar/index/107-umkm](https://bappeda.jogjaprov.go.id/bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/index/107-umkm)
- Jogja Dataku. (2021). Retrieved from <https://bappeda.jogjaprov.go.id>.
- Jogja Dataku. (2022). Master Data. Retrieved from [bappeda.jogjaprov.go.id: https://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data\\_dasar/index/107-umkm](https://bappeda.jogjaprov.go.id/bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/index/107-umkm)
- Kadin Indonesia. (2024). UMKM Indonesia. Retrieved from [kadin.id: https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/](https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/)
- Mamengko, R. P. (2022). Escalating UMKM Binaan Rumah Kreatif Sleman melalui Strategi Pemasaran dan Media Digital. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 193-203.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*
- Nauliy, A. D., Pebianti, A., Cahyani, M., Hertati, L., Hendarmin, R., Syafitri, L., & Munandar, A. (2022). SOSIALISASI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM OLAHAN KERIPIK SINGKONG RASA GURIH PEDAS MELALUI KEMASAN DAN DIGITAL MARKETING MBKMPROGRAMKKN TEMATIK DI DESA PETANANG. *PORTAL RISET DAN INOVASI PENGABDIAN MASYARAKAT(PRIMA)*, 12.
- Nuswantoro, B. S., Rohmah, K. L., Rahmawati, D. R., Purwansyah, Y., & Aisyah, F. S. (2024). Pelatihan Pengembangan Bisnis Melalui Metode Diversifikasi Produk Bagi UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 43-50.
- Rahayu, A. Y. (2013). *MANAJEMEN PERUBAHAN DAN INOVASI*. Lamongan: UI PRESS.
- Sasongko, D. (2020, 8 24). UMKM Bangkit, *Ekonomi Indonesia Terungkit*. Retrieved from [djkn.kemenkeu.go.id: https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html)
- Sulastri. (2022, 12 6). Peran Penting UMKM dalam Ancaman Isu Resesi. Retrieved from [djkn.kemenkeu.go.id: https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-balikpapan/baca-artikel/15677/Peran-Penting-UMKM-dalam-Ancaman-Isu-Resesi.html](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-balikpapan/baca-artikel/15677/Peran-Penting-UMKM-dalam-Ancaman-Isu-Resesi.html)
- Tomi. (2017, Juni 12). Rumah Kreatif BUMN Sleman Diluncurkan. Retrieved from [Krjogja.com: https://www.krjogja.com/bisnis/1242615412/rumah-kreatif-bumn-sleman-diluncurkan](https://www.krjogja.com/bisnis/1242615412/rumah-kreatif-bumn-sleman-diluncurkan)
- Undang-undang (UU) No. 9 Tahun 1995. Retrieved from [bpk.go.id Website: https://peraturan.bpk.go.id/Details/46199/uu-no-9-tahun-1995](https://peraturan.bpk.go.id/Details/46199/uu-no-9-tahun-1995)

### **PROFIL SINGKAT**

M. Satrio Akbar lahir pada 27 September 2002. Saat ini telah menyelesaikan perkuliahan jenjang S1- Ilmu Pemerintahan, Universitas Amikom Yogyakarta, Indonesia. IPK yang diraih 3.81 selama 4 tahun.