

**POTENSI PENGEMBANGAN PASAR VIRTUAL UNTUK USAHA
MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS AGRARIA**

STUDI DI KALURAHAN SUMBERAGUNG, KAPANEWON MOYUDAN,
KABUPATEN SLEMAN

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Sebutan
Sarjana Terapan di Bidang Pertanahan
Pada Program Studi Diploma IV Pertanahan



Oleh:

AUREL RENARDA YAPSOUMILENA
NIT. 19283141

**KEMENTERIAN AGRARIA DAN TATA RUANG/
BADAN PERTANAHAN NASIONAL REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI PERTANAHAN NASIONAL
PROGRAM DIPLOMA IV PERTANAHAN
TAHUN 2023**

ABSTRACT

Sleman Regency has great agrarian potential, with most of its population involved in the agricultural sector. However, Small and Medium Enterprise in this area still face challenges in terms of marketing and access to a wider market. Identify the potential for agrarian based virtual market development that can help Small and Medium Enterprise in Sumberagung Village increase market access and their income.

The market is a forum for sellers and buyers so that there is interaction between sellers and buyers in offering products and making buying and selling transactions. The existence of the market aims to provide services to the community in order to fulfill various desires needed for survival. Data collection techniques are carried out by *Research and Development (R & D)* while sampling techniques are carried out by *purposive sampling*.

The results of his research show that Small and Medium Enterprise in Sumberagung Village have high-quality agrarian products, but it is often difficult to reach a wider market. Most MSME owners expressed their interest in using the virtual market as a means of marketing and advice on developing an agrarian based virtual market that is easily accessible and user-friendly. This can include training Small and Medium Enterprise owners in the use of technology, the establishment of virtual market platforms, and online marketing strategies.

The conclusion that can be drawn is that the development of agrarian based virtual markets has great potential to support Small and Medium Enterprise in Sumberagung District, Sleman Regency, increase their market access, and support local economic growth and know how technology and virtual markets can be effective tools to support agrarian based Small and Medium Enterprise in overcoming marketing challenges.

Keywords: Small and Medium Enterprise, Technology Development, Virtual Market, Application

DAFTAR ISI

MOTTO.....	4
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
DAFTAR ISI.....	8
INTISARI	10
ABSTRACT	11
BAB I PENDAHULUAN	12
A. Latar Belakang.....	12
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
D. Keaslian Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	15
A. TINJAUAN PUSTAKA	15
1. Potensi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)	15
1. Peran Penting UMKM dalam Perekonomian.	15
2. Desain Pasar Virtual	18
3. Urgensi Desain Pasar Virtual	20
B. Landasan Teori	22
1. Teori UMKM	22
2. Teori GIS dan WebGIS	24
3. Teori Perancangan Aplikasi	29
4. Teori Pasar Virtual	30
5. Kerangka Pemikiran	32
6. Pertanyaan Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Format Penelitian.....	37
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Populasi, Sampel dan Informan.....	38
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	38
E. Jenis, Teknik Pengumpulan dan Sumber Data	39

F. Teknis Analisis Data.....	39
BAB IV GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN	40
A. Kabupaten Sleman	40
B. Kapanewon Moyudan	40
C. Kalurahan Sumberagung	41
BAB V POTENSI WILAYAH KALURAHAN.....	42
A. Potensi Fisik Wilayah.....	42
B. Potensi Sumber Daya Manusia.....	42
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Potensi UMKM	45
B. Desain Pasar Virtual	51
C. Urgensi Pasar Virtual.....	59
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.	65
DAFTAR PUSTAKA	67
RIWAYAT HIDUP PENULIS	68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial artinya makhluk yang membutuhkan orang lain dan lingkungan sosial sebagai sarana untuk bersosialisasi karena pada diri manusia ada dorongan dan kebutuhan untuk berhubungan (interaksi) sosial dengan orang lain. Interaksi sosial adalah hubungan timbal balik saling mempengaruhi antara individu, kelompok sosial, dan masyarakat. Manusia yang bergabung dalam suatu kelompok melakukan interaksi dengan manusia lain dengan adanya tukar pikiran dan saling komunikasi. Manusia yang sudah memiliki hubungan dalam kelompok dan memiliki kerja sama yang bagus dapat memenuhi kebutuhannya disetiap sarana salah satunya adalah lingkup pasar.

Pasar merupakan sebuah wadah bagi penjual dan pembeli sehingga terjadi interaksi antara penjual dan pembeli dalam menawarkan produk dan melakukan transaksi jual-beli. Keberadaan pasar bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat agar bisa memenuhi berbagai keinginan yang dibutuhkan bagi kelangsungan hidup.

Pusat perbelanjaan modern berkembang dengan pesat, namun peranan pasar tradisional masih tetap penting dan menyatu dalam kehidupan masyarakat. Pasar tradisional masih merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah, kecil dan mikro yaitu para petani, nelayan, pengrajin dan home industri (industri rakyat). UMKM yang menginginkan usahanya berkembang harus dapat meningkatkan penjualan di pasar. Hal ini adalah langkah yang cukup sulit, terutama bagi UMKM yang masih sangat terbatas dari segi pengetahuan, kemampuan material, dan segi pemasaran. UMKM yang dapat memanfaatkan pemasaran dengan baik tidak hanya menarik minat konsumen tetapi juga telah dapat mengambil hati konsumen namun ada konsumen tertarik untuk membeli tidak hanya karena faktor produknya saja tetapi juga karena faktor dari pemasarannya (Qosim Nurseha, 2019)

Kemajuan teknologi telah membawa perubahan dan pergeseran yang cepat dalam suatu kehidupan tanpa batas di era globalisasi ini, salah satunya dalam kegiatan pemasaran. Salah satu keuntungan yang didapatkan dari perkembangan teknologi adalah dengan adanya pemasaran online atau pasar virtual. Pasar virtual merupakan sebuah platform yang dipakai untuk mempromosikan dan menjual sebuah produk dengan media digital dan jaringan internet yang dapat diakses masyarakat dari berbagai wilayah tanpa harus mengunjungi tempat asal pemasaran. Pasar virtual diharapkan penjualan tidak hanya terbatas di satu wilayah saja tapi bisa merambah seluruh Indonesia bahkan dunia (Sri Utami, S., 2010)

Kalurahan Sumberagung yang sebagian masyarakatnya mata pencarian adalah petani, penduduk juga mengembangkan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) seperti pengrajin tempe, kerajinan anyam bambu, dan sebagainya. Namun produk-produk yang dijual ada yang tidak memenuhi target pasar seperti menjual dengan harga murah kepada pengepul dan ke pasar sehingga harga dan pendapatan yang dihasilkan tidak maksimal dan untuk membeli bahan baku untuk mengolah menjadi produk jadi pun harganya lebih mahal dibandingkan dengan produk pelaku usaha yang dijual murah ke pasar.

Permasalahan yang dihadapi adalah produk yang dihasilkan oleh UMKM Kalurahan Sumberagung masih banyak yang belum bisa dibeli atau didapatkan informasinya oleh masyarakat luas karena produk-produk yang dihasilkan masih banyak informasinya hanya disediakan secara offline. Selain itu, yang memengaruhi tingkat daya jual UMKM adalah sedikitnya pelaku UMKM yang paham terhadap foto produk maupun pemasaran secara online. Dengan memasarkan produk secara online, diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan termasuk ekspansi dari pelaku usaha.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana potensi UMKM di Kalurahan Sumberagung?
2. Bagaimana desain pasar virtual berbasis WebGIS di Kalurahan Sumberagung?

3. Mengapa diperlukan desain pasar virtual berbasis WebGIS di Kalurahan Sumberagung?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian ini ialah untuk;
 - a. Agar mengetahui potensi pelaku UMKM dalam pemasaran produk UMKM di Kalurahan Sumberagung;
 - b. Memperlajari pemanfaatan platform digital pelaku UMKM dalam pemasaran produk UMKM;
 - c. Mempelajari desain atau perancangan pasar virtual yang dibuat untuk mengatasi permasalahan pemasaran produk pelaku UMKM Kalurahan Sumberagung;
2. Manfaat penelitian ini ialah untuk;

A. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang penggunaan aplikasi Argics dan meningkatkan sosial ekonomi bagi penduduk Desa Sumberagung, khususnya dalam mengembangkan UMKM masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan pendapatan.

B. Manfaat praktis

1. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan sebuah pengalaman bagi peneliti untuk menyusun sebuah sistem terutama dalam mengembangkan UMKM bagi penduduk Kalurahan Sumberagung dan menjadi pembelajaran bagi peneliti ketika menghadapi permasalahan yang sama ketika di Kantor Pertanahan setelah lulus studi.
2. Bagi Pemerintah Kecamatan Moyudan, menjadi perhatian dalam mengembangkan dan menjalankan UMKM penduduk Kalurahan Sumberagung sehingga bisa menarik wisatawan.

D. Keaslian Penelitian

Sebagai pertimbangan untuk membuktikan keaslian penelitian ini, perlu dilakukan suatu langkah dengan cara membandingkan penelitian ini dengan

penelitian serupa terkait perancangan pasar virtual atau perancangan aplikasi yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Proses perbandingan dilakukan dengan mengidentifikasi nama peneliti, judul penelitian, dan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Berdasarkan hasil perbandingan antara beberapa hal tersebut diatas, dapat disimpulkan beberapa perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu antara lain dalam hal:

- a. Perbedaan lokasi antara penulis dan peneliti terdahulu;
- b. Perbedaan cara menganalisis masalah yang diteliti, peneliti terdahulu meneliti permasalahan dan merancang sebuah aplikasi, peneliti menganalisis masalah yang dihadapi pelaku UMKM pemasaran offline;

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. TINJAUAN PUSTAKA

1. Potensi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

Kehidupan yang sejahtera menjadi dambaan setiap orang untuk memenuhi hasrat ekonominya berupa segala kebutuhan baik sandang, pangan dan papan dalam menjalani kehidupan sehari-harinya. Upaya yang dilakukan agar tujuan tercapai masyarakat akan terus berusaha melakukan berbagai usaha. Upaya yang dapat ditempuh yaitu dengan mendirikan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Al Farisi,S.,2022).

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang mampu menjadi pusat pengembangan usaha di masa yang akan datang yaitu;

1. Peran Penting UMKM dalam Perekonomian.

UMKM memainkan peran yang krusial dalam perekonomian suatu negara. Mereka menyumbang sebagian besar lapangan kerja, kontribusi

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Potensi Besar UMKM Agraria: UMKM sektor agraria memiliki potensi yang signifikan untuk tumbuh dan berkembang melalui penerapan pasar virtual. Produk-produk lokal seperti hasil pertanian, peternakan, dan kerajinan berbasis alam dapat lebih mudah diakses oleh pasar yang lebih luas melalui platform online. Ada dua hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Keuntungan Pasar Virtual: Penerapan pasar virtual dapat memberikan keuntungan dalam hal aksesibilitas, efisiensi, dan pengurangan biaya operasional. Pelanggan dapat dengan mudah menemukan dan membeli produk, sementara UMKM dapat mengurangi biaya infrastruktur fisik.
2. Pengaruh Teknologi Terhadap Pertumbuhan: Penelitian ini menegaskan bahwa pengaruh teknologi, terutama dalam bentuk pasar virtual, memiliki peran penting dalam mempercepat pertumbuhan UMKM. Integrasi teknologi memungkinkan UMKM beradaptasi dengan perubahan pasar dan tren digital.

B. Saran.

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran dapat diajukan untuk mendukung pengembangan UMKM dengan desain pasar virtual:

1. Pelatihan dan Pemberdayaan: Pemerintah dan lembaga terkait dapat memberikan pelatihan dan pemberdayaan kepada pemilik UMKM mengenai penggunaan teknologi, pemasaran online, dan manajemen bisnis untuk memaksimalkan potensi pasar virtual.
2. Infrastruktur Teknologi: Perlu adanya upaya untuk meningkatkan infrastruktur teknologi di wilayah pedesaan. Akses internet yang stabil dan cepat akan memfasilitasi penerapan pasar virtual yang sukses.
3. Pemasaran Digital: UMKM perlu memahami pentingnya pemasaran digital yang efektif. Penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan strategi SEO dapat membantu meningkatkan visibilitas produk dan jangkauan pasar.

4. Kolaborasi: UMKM dapat berkolaborasi dengan asosiasi atau grup serupa untuk menghadapi tantangan bersama dan memaksimalkan peluang pasar virtual.
5. Keamanan Data: Dalam mengembangkan pasar virtual, penting untuk memprioritaskan keamanan data pelanggan dan transaksi. Perlindungan data dan informasi keuangan menjadi kunci kepercayaan pelanggan.
6. Kualitas Produk dan Layanan: Meskipun platform virtual memungkinkan jangkauan yang lebih luas, kualitas produk dan layanan tetap menjadi faktor utama dalam mempertahankan pelanggan.

Dengan implementasi yang tepat dan dukungan yang diperlukan, desain pasar virtual dapat membawa manfaat besar bagi pengembangan UMKM sektor agraria, memberikan peluang pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di tingkat lokal dan lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Abdul Halim, 2020, 'Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju' , *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* , Volume 1 - No. 2, hlm. 157-172
- Muammar Alam Sudmar, Tasrif Hasanuddin, dan Mardiyah Hasnawi, 2020, 'Rancang Bangun Aplikasi Pasar Online Di Kota Makassar Berbasis Mobile (Smart Market) Menggunakan Metode Location Based Service (LBS)' , *Buletin Sistem Informasi dan Teknologi Islam* , Vol 1, No 3, hlm. 187-194
- Mesalia Kriska, Harsoyo, 2022, 'Keberlanjutan Usaha Tani Mina Padi Di Kelurahan Sumberagung Kapanewon Moyudan Daerah Istimewa Yogyakarta' , *Departemen Sosial Ekonomi Pertanian* , Vol. 18 No.2, hlm. 225-232
- Rabihi Awaludin, 2021, 'Perancangan Aplikasi Wisata Virtual Untuk Pemulihan Ekonomi Kawasan Wisata Pantai Pangandaran di Masa Pandemi' , *Jurnal Sistem Cerdas* , Vol 04 - No 02, hlm. 95 – 103
- Salman Al Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, dan Suharto, 2022, 'Peran UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat' , *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* , Vol 9 - No.1, hlm. 73

Skripsi:

- Natalia Kristiani, R.A 2022, 'Penyusunan Rencana Aksi Penataan Akses Reforma Agraria Berbasis Potensi Wilayah Kelurahan Dan Analisis Ekonominya Dalam Rangka Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Di Kelurahan Sidoharjo Kecamatan Pacitan Kabupaten Pacitan)' , *Skripsi* pada Sekolah Tinggi Pertanahan Nasional, Yogyakarta.
- Supinah, R.A 2022, 'Penyusunan Rencana Aksi Penataan Akses Reforma Agraria Berbasis Potensi Wilayah Desa Dan Analisis Ekonominya Dalam Rangka Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi di Desa Ngadirojo Kidul Kecamatan Ngadirojo Kabupaten Wonogiri)' , *Skripsi* pada Sekolah Tinggi Pertanahan Nasional, Yogyakarta.

Peraturan Perundang-Undangan:

- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.