



Peran Rumah BUMN Purwokerto dalam Pengembangan Kapasitas dan Kapabilitas UMKM Binaan

Nadhif Anandito, Arif Andri Wibowo*

Universitas Jenderal Soedirman

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perubahan kinerja UMKM sebelum dan sesudah pendampingan dan mengevaluasi efektivitas program yang telah dilaksanakan. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara dari 86 UMKM yang berpartisipasi aktif dalam program selama setahun terakhir. Hasilnya menunjukkan peningkatan rata-rata omzet dan laba bersih setelah bergabung dengan Rumah BUMN Purwokerto. Program pendampingan dinilai sangat efektif, dengan skor efektivitas sebesar 87,12%. Penelitian ini merekomendasikan agar Rumah BUMN tidak hanya berfokus pada pengembangan usaha tetapi juga membantu UMKM dalam mempertahankan pertumbuhan dan pengelolaan keuangan jangka panjang. Lebih lanjut, perluasan kehadiran Rumah BUMN di Kabupaten Banyumas diharapkan dapat menarik lebih banyak UMKM untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas mereka.

Kata Kunci: Rumah BUMN, UMKM Binaan, Kapasitas, Kapabilitas

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2839>

*Correspondence: Arif Andri Wibowo

Email: arif.andri.wibowo@unsoed.ac.id

Received: 30-05-2025

Accepted: 30-06-2025

Published: 31-07-2025



Copyright: © 2025 by the authors.

Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: The purpose of this research is to analyze the performance changes of MSMEs before and after mentoring and to evaluate the effectiveness of the implemented program. Primary data were collected through questionnaires and interviews from 86 MSMEs that actively participated in the program over the past year. The results indicate an average increase in turnover and net profit after joining Rumah BUMN Purwokerto. The mentoring program is considered highly effective, with an effectiveness score of 87.12%. This study recommends that Rumah BUMN not only focus on business development but also assist MSMEs in maintaining growth and long-term financial management. Furthermore, expanding the presence of Rumah BUMN in Banyumas Regency is expected to attract more MSMEs to enhance their capacity and capabilities

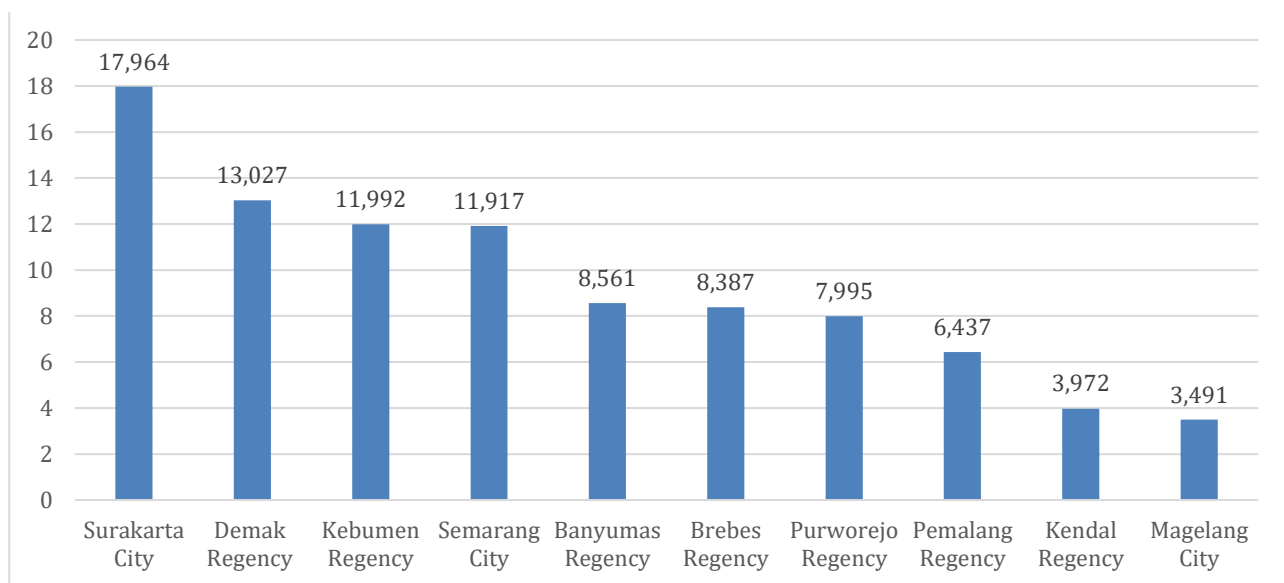
Keywords: Rumah BUMN, Assisted MSMEs UMKM Binaan, Capacity, Capabilities

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari pelaku ekonomi yang memiliki peran penting sebagai penggerak perekonomian (Kusumajati et al, 2022) (Muhlisin et al, 2015) (Tambunan, 2020). Tujuan dari UMKM adalah menjalankan usahanya untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi dengan prinsip demokrasi ekonomi berkeadilan. Terkait kontribusinya kepada perekonomian, UMKM memiliki peran yang berpengaruh bagi perekonomian karena pengaruhnya yang cukup besar sebagai penyedia lapangan pekerjaan, pemberdayaan masyarakat dan perekonomian lokal, penyediaan pasar baru, dan pengaruhnya yang signifikan bagi Produk Domestik Bruto dan neraca pembayaran (Sofyan, 2017). UMKM dikelola oleh individu atau kelompok untuk menciptakan barang atau jasa. Individu atau kelompok yang mengelola dan

mengembangkan usahanya disebut juga sebagai pengusaha. Berdasarkan asumsi yang digunakan dalam analisis ekonomi, pengusaha memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan dan ingin memaksimalkan keuntungan usahanya (Kumar et al., 2018; Putra et al, 2019) (Sukirno, 2016). Oleh karena itu, pengusaha perlu menentukan strategi untuk mendapatkan keuntungan dari hasil usahanya. Salah satu strategi tersebut adalah strategi pemasaran. Dalam studi kelayakan bisnis, aspek yang dapat menentukan keuntungan usaha adalah pemasaran sehingga aspek tersebut dapat menentukan perkembangan usaha tersebut (Rofa et al., 2022; Suess-Reyes and Fuetsch, 2016). Perkembangan zaman dan teknologi menyebabkan strategi pemasaran menjadi berkembang dan dapat menentukan dinamika perkembangan usaha tersebut (Anwarudin et al., 2020; Wossen et al., 2017). Strategi pemasaran online merupakan bukti bahwa perkembangan teknologi memengaruhi strategi pemasaran yang bisa berdampak positif pada keuntungan usaha (Pradiani, 2018; Setiawati and Widyartati, 2017). Pemasaran dengan memanfaatkan teknologi berupa media sosial atau digital marketing dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja penjualan UMKM (Hendrawan et al, 2019) (Pradiani, 2018).

Gambar 1. Jumlah UMKM Tingkat Kabupaten/Kota Terbanyak di Provinsi Jawa Tengah



Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Jawa Tengah, 2024

Banyumas merupakan kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki potensi terkait UMKM-nya. Berdasarkan tabel di atas, Kabupaten Banyumas memiliki jumlah UMKM terbanyak ke-5 dari 36 kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah dengan jumlah sebanyak 8.561 UMKM. Hal tersebut merupakan potensi bagi Kabupaten Banyumas karena UMKM memiliki peran yang positif bagi perekonomian masyarakat (Aliyah, 2022; Jefri and Ibrohim, 2021).

Tabel 1. Status Pekerjaan Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas Tahun 2023

No.	Status Pekerjaan	Persentase Penduduk (%)
1.	Berusaha sendiri	25,69
2.	Berusaha dibantu pekerja tidak tetap/pekerja keluarga/tidak dibayar	12,51
3.	Berusaha dibantu pekerja tetap dan dibayar	2,56

No.	Status Pekerjaan	Persentase Penduduk (%)
4.	Buruh/karyawan/pegawai	36,93
5.	Pekerja bebas di pertanian dan non pertanian	12,90
6.	Pekerja keluarga/tidak dibayar	9,40
Jumlah		100,00

Sumber: BPS Kabupaten Banyumas, 2023

Tahun 2023, Penduduk usia 15 tahun ke atas yang status pekerjaannya adalah “berusaha” di Kabupaten Banyumas lebih besar jika dibandingkan dengan di DKI Jakarta yang memiliki IPM tertinggi di Indonesia (BPS DKI Jakarta, 2023). Hal tersebut mengindikasikan bahwa sektor ketenagakerjaan di Kabupaten Banyumas sebagian besar ditopang dari UMKM. Akan tetapi, UMKM di Kabupaten Banyumas memiliki beberapa hambatan untuk dapat memaksimalkan potensi UMKM di Kabupaten Banyumas. Penelitian Naufalin (2020) menjelaskan bahwa UMKM kelompok peternak sapi “Margo Mulyo” memiliki tantangan dalam mengembangkan usahanya, yakni terkait kemampuan dalam memimpin usaha yang belum efektif, pengembangan kualitas tenaga kerja atau anggota, administrasi yang kurang lengkap, dan kemampuan untuk menciptakan inovasi. Kemudian, penelitian Ikhsani & Santoso (2021) terkait permasalahan UMKM di Banyumas menjelaskan bahwa prioritas permasalahan UMKM tersebut adalah belum adanya kerja sama dengan industri besar pendukung, kurangnya inovasi, sistem manajemen yang belum profesional, dan belum dapat menangkap peluang perkembangan teknologi informasi. Oleh karena itu, prioritas solusi dari permasalahan tersebut adalah pemberdayaan UMKM dengan pelatihan dan edukasi bagi UMKM tersebut. Inkubasi bisnis merupakan salah satu upaya pemberdayaan bagi UMKM yang memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan dan pertumbuhan usaha (Putri and Utomo, 2022; Rukmana et al., 2023; Yuana et al, 2016).

Inkubasi bisnis dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan khususnya adaptasi pada bidang teknologi dan pemasaran yang dihadapi UMKM (Abidah et al., 2020; Department of Cooperatives and SMEs of Central Java Province, 2021, (Putri and Utomo, 2022) (Yuana et al, 2016). Kemudian, pasca pelatihan digital marketing yang dilakukan Raharja & Natari (2021), UMKM dapat meningkatkan pemasaran dan penjualannya sehingga UMKM dapat meminimalisasi biaya operasional, memudahkan transaksi dan penjualan, hemat tempat, dan memudahkan promosi. Sebagai upaya pemberdayaan UMKM, kementerian BUMN mendirikan Rumah BUMN sebagai wadah bagi pelaku usaha khususnya UMKM untuk berkembang dalam rangka meningkatkan kapasitas dan kapabilitas UMKM. Tujuan dari Rumah BUMN adalah membina pelaku usaha untuk dapat meningkatkan kinerja pemasaran, kapabilitas pelaku usaha, dan permodalan. Program atau fasilitas yang ditawarkan oleh Rumah BUMN, yakni *co-working space*, akses permodalan, dan pembinaan usaha. Rumah BUMN hadir di setiap kota/kabupaten Indonesia termasuk di Kabupaten Banyumas. Rumah BUMN Purwokerto merupakan Rumah BUMN yang berada di Kabupaten Banyumas. Kehadiran Rumah BUMN Purwokerto diharapkan dapat sesuai dengan kebutuhan bagi UMKM di Kabupaten Banyumas dalam rangka meningkatkan keuntungan usaha dan eksistensinya serta dapat menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan pemasaran atau permasalahan lain yang memengaruhi dinamika perkembangan usaha.

Tabel 2. Jumlah UMKM binaan Rumah BUMN Purwokerto yang Aktif

No	Kategori	Jumlah
1	Go Modern	97
2	Go Digital	64
3	Go Online	110
Jumlah		270

Sumber: Rumah BUMN Purwokerto, 2024

Berdasarkan jumlah UMKM yang bergabung di Rumah BUMN Purwokerto, UMKM yang bergabung dan aktif dalam satu tahun terakhir baru mencapai 3,2% dari keseluruhan UMKM di Kabupaten Banyumas. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah UMKM yang memanfaatkan Rumah BUMN Purwokerto di Kabupaten Banyumas masih sangat sedikit sehingga perlu adanya upaya untuk meningkatkan partisipasi UMKM di Rumah BUMN Purwokerto. Kabupaten Banyumas memiliki kekuatan dan tantangan terkait potensi UMKM-nya. Jumlah UMKM terbanyak ke-5 di Provinsi Jawa Tengah dan sebagian besar status pekerjaan penduduknya adalah “berusaha” merupakan kekuatan dari potensi UMKM di Kabupaten Banyumas. Akan tetapi, UMKM di Kabupaten Banyumas masih memiliki tantangan utama dalam menjalankan usahanya, seperti kurangnya inovasi, operasional usaha yang belum efisien, adaptasi terhadap teknologi, dan pemasaran. Untuk dapat memanfaatkan potensi UMKM, Rumah BUMN Purwokerto hadir sebagai inkubator bisnis di Kabupaten Banyumas sehingga diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Banyumas.

Metodologi

Jenis penelitian ini adalah penelitian terapan karena bertujuan untuk menerapkan, menguji, atau mengevaluasi kemampuan suatu teori atau temuan ilmiah yang diterapkan dalam memecahkan masalah praktis. Metode penelitian ini adalah kuantitatif karena sifat realitas pada penelitian ini dianggap dapat diklasifikasikan dan terukur serta memiliki pola analisis deduktif. Objek pada penelitian ini adalah UMKM binaan Rumah BUMN Purwokerto yang sudah mencapai tahap *go-online*. Lokasi penelitian ini berada di Rumah BUMN Purwokerto. Instrumen penelitian ini, yakni Kuesioner dan wawancara. Populasi pada penelitian ini adalah UMKM yang bergabung dengan Rumah BUMN Purwokerto dan sudah sampai tahap *go-online*. Jumlah populasi pada penelitian ini sebanyak 110 UMKM. Penelitian ini menggunakan sampel sebagai acuan dalam menganalisis permasalahan. Metode sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, yakni *purposive sampling*. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Taro Yamane. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan, yakni sebanyak 86 UMKM. Untuk menganalisis apakah ada dampak yang diterima oleh UMKM setelah pembinaan oleh BUMN melalui Uji wilcoxon.

Hasil dan Pembahasan

1. Uji Validitas dan Reabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas semua item pertanyaan pada instrumen penelitian memiliki nilai r -hitung yang lebih besar daripada nilai r -tabel sehingga secara keseluruhan dapat disimpulkan instrumen penelitian yang digunakan adalah valid. Kemudian, berdasarkan hasil uji reabilitas semua item pertanyaan pada instrumen penelitian memiliki nilai koefisien *cronbach's alpha* pada rentang $0,60 < r_{11} \leq 0,80$ dan $0,80 < r_{11} \leq 1,00$ sehingga secara keseluruhan dapat disimpulkan instrumen penelitian yang digunakan memiliki tingkat reabilitas yang tinggi.

2. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas kolmogorov-smirnov. nilai signifikansi pada bagian sebelum dan setelah baik pada variabel omset maupun keuntungan usaha, yakni 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut mengindikasikan bahwa data tidak terdistribusi secara normal. data rata-rata baik omset maupun keuntungan bersih per bulan sebelum dan setelah bergabung di Rumah BUMN Purwokerto tidak terdistribusi secara normal sehingga uji hipotesis penelitian yang digunakan adalah uji wilcoxon.

3. Uji Wilcoxon

Hasil uji wilcoxon dan tes statistik rata-rata omset/pendapatan kotor dan keuntungan bersih/laba per bulan UMKM adalah sebagai berikut: Hasil uji wilcoxon rata-rata pendapatan kotor/omset per bulan UMKM adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Wilcoxon Rata rata Omset per Bulan UMKM

Rata-Rata Omset per Bulan	Keterangan	Responden
Omset UMKM Setelah bergabung Rumah BUMN – Omset UMKM Sebelum Bergabung Rumah BUMN	Negative Ranks	0
	Positive Ranks	84
	Ties	2
Jumlah		86
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.000	

Hasil tes statistik uji wilcoxon pada rata-rata omset per bulan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata omset per bulan UMKM antara sebelum dan setelah bergabung di Rumah BUMN Purwokerto. Kemudian, hasil uji wilcoxon juga menjelaskan bahwa 84 UMKM mengalami kenaikan dan 2 UMKM mengalami stagnan pada rata-rata omset per bulan. Hasil uji wilcoxon tersebut mengartikan bahwa terdapat 98% UMKM mengalami kenaikan rata-rata omset per bulan. Dengan demikian, hasil analisis data menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata omset per bulan UMKM antara sebelum dan setelah bergabung di Rumah BUMN Purwokerto dan perbedaan tersebut adalah kenaikan rata-rata omset per bulan UMKM setelah bergabung di Rumah BUMN Purwokerto.

Tabel 4. Uji Wilcoxon Rata rata Keuntungan bersih per Bulan UMKM

Rata-Rata Omset per Bulan	Keterangan	Responden
Keuntungan Bersih UMKM Setelah bergabung Rumah BUMN –	<i>Negative Ranks</i>	0
Keuntungan Bersih UMKM Sebelum Bergabung Rumah BUMN	<i>Positive Ranks</i>	83
	<i>Ties</i>	3
Jumlah		86
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.000

Selain itu, Hasil tes statistik uji wilcoxon pada rata-rata keuntungan bersih/laba per bulan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata keuntungan bersih/laba per bulan UMKM antara sebelum dan setelah bergabung di Rumah BUMN Purwokerto. Kemudian, hasil uji wilcoxon juga menjelaskan bahwa 83 UMKM mengalami kenaikan dan 3 UMKM mengalami stagnan pada rata-rata keuntungan bersih/laba per bulan. Hasil uji wilcoxon tersebut mengartikan bahwa terdapat 97% UMKM mengalami kenaikan rata-rata omset per bulan. Dengan demikian, hasil analisis data menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata keuntungan bersih/laba per bulan UMKM antara sebelum dan setelah bergabung di Rumah BUMN Purwokerto dan perbedaan tersebut adalah kenaikan rata-rata keuntungan bersih/laba per bulan UMKM setelah bergabung di Rumah BUMN Purwokerto.

Berdasarkan data penelitian dan temuan di lapangan, UMKM mendapatkan banyak manfaat dari Rumah BUMN Purwokerto. manfaat tersebut diantaranya, yakni:

- UMKM memiliki kesempatan untuk dapat berkumpul atau menjalin relasi sehingga dapat menambah peluang untuk berdiskusi terkait dinamika usaha. Kesempatan ini membuat UMKM dapat menciptakan pertukaran informasi yang bermanfaat untuk meningkatkan usaha, seperti informasi supplier, event, partnership, dan sebagainya.
- UMKM dapat mengajukan rencana materi pelatihan yang diadakan di Rumah BUMN Purwokerto. Rumah BUMN Purwokerto memberikan kesempatan secara terbuka bagi UMKM binaan untuk memberikan rekomendasi terkait tema atau materi pelatihan yang akan diadakan. Hal tersebut membuat UMKM dapat mengupayakan untuk mendapatkan solusi terkait permasalahan yang sedang dihadapi.
- UMKM mendapatkan kesempatan untuk meningkatkan kualitas pemasaran khususnya terkait digital marketing. Kesempatan tersebut diperoleh melalui pelatihan-pelatihan yang diadakan Rumah BUMN Purwokerto secara online atau offline yang diajar oleh praktisi yang berkompeten dibidangnya, seperti pelatihan foto produk, video produk, optimalisasi e-commerce dan media sosial, serta dapat konsultasi secara langsung kepada pegawai Rumah BUMN Purwokerto.
- UMKM memiliki kesempatan untuk dibantu dalam mengurus legalitas. Rumah BUMN Purwokerto memberikan kesempatan bagi UMKM untuk dibantu dalam mengurus legalitas usaha tanpa ada biaya untuk mengurus legalitas.
- UMKM binaan dapat memanfaatkan co-working space di Rumah BUMN Purwokerto secara gratis. *Co-working space* merupakan sebuah ruangan yang bisa digunakan untuk rapat sehingga UMKM binaan dapat menjadikan *co-working space* sebagai tempat untuk produktif bagi UMKM binaan.

Manfaat tersebut memberikan dampak baik secara langsung maupun tidak langsung bagi UMKM dalam meningkatkan kinerja usahanya sehingga omset/pendapatan kotor dan keuntungan bersih/laba UMKM dapat meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Inkubasi bisnis merupakan salah satu upaya pemberdayaan bagi UMKM yang memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan dan pertumbuhan usaha (Putra et al., 2019; Rukmana et al., 2023; Satriani et al., 2021; Tambunan, 2020). Inkubasi bisnis dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan khususnya adaptasi pada bidang teknologi dan pemasaran yang dihadapi UMKM (Abidah et al., 2020; Purwiantoro et al., 2016). Kemudian, pasca pelatihan digital marketing yang dilakukan, UMKM dapat meningkatkan pemasaran dan penjualannya sehingga UMKM dapat meminimalisasi biaya operasional, memudahkan transaksi dan penjualan, hemat tempat, dan memudahkan promosi (Ekawati, 2012) (Herman & Athar, 2018) (Pradiani, 2018) (Raharja & Natari, 2021).

Diskusi

Hasil tes statistik uji wilcoxon pada rata-rata omset per bulan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata omset per bulan UMKM antara sebelum dan setelah bergabung di Rumah BUMN Purwokerto. Kemudian, hasil uji wilcoxon juga menjelaskan bahwa 84 UMKM mengalami kenaikan dan 2 UMKM mengalami stagnan pada rata-rata omset per bulan. Hasil uji wilcoxon tersebut mengartikan bahwa terdapat 98% UMKM mengalami kenaikan rata-rata omset per bulan. Dengan demikian, hasil analisis data menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata omset per bulan UMKM antara sebelum dan setelah bergabung di Rumah BUMN Purwokerto dan perbedaan tersebut adalah kenaikan rata-rata omset per bulan UMKM setelah bergabung di Rumah BUMN Purwokerto.

Hasil tes statistik uji wilcoxon pada rata-rata keuntungan bersih/laba per bulan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata keuntungan bersih/laba per bulan UMKM antara sebelum dan setelah bergabung di Rumah BUMN Purwokerto. Kemudian, hasil uji wilcoxon juga menjelaskan bahwa 83 UMKM mengalami kenaikan dan 3 UMKM mengalami stagnan pada rata-rata keuntungan bersih/laba per bulan. Hasil uji wilcoxon tersebut mengartikan bahwa terdapat 97% UMKM mengalami kenaikan rata-rata omset per bulan. Dengan demikian, hasil analisis data menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata keuntungan bersih/laba per bulan UMKM antara sebelum dan setelah bergabung di Rumah BUMN Purwokerto dan perbedaan tersebut adalah kenaikan rata-rata keuntungan bersih/laba per bulan UMKM setelah bergabung di Rumah BUMN Purwokerto. Keuntungan usaha didapat jika hasil pengurangan antara biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan dengan hasil penjualan bernilai positif. Kemudian, pendapatan dibagi menjadi pendapatan kotor (penerimaan) dan pendapatan bersih (keuntungan). Pendapatan kotor merupakan laba yang diperoleh dari hasil usaha sebelum dikurangi total biaya usaha yang dikeluarkan. Sedangkan, pendapatan bersih merupakan selisih dari laba hasil usaha terhadap biaya usaha untuk mendapatkan laba hasil usaha (Satriani et al, 2021)

Berdasarkan data penelitian dan temuan di lapangan, UMKM mendapatkan banyak manfaat dari Rumah BUMN Purwokerto. manfaat tersebut diantaranya, yakni:

- a. UMKM memiliki kesempatan untuk dapat berkumpul atau menjalin relasi sehingga dapat menambah peluang untuk berdiskusi terkait dinamika usaha. Kesempatan ini membuat UMKM dapat menciptakan pertukaran informasi yang bermanfaat untuk meningkatkan usaha, seperti informasi supplier, event, partnership, dan sebagainya.
- b. UMKM dapat mengajukan rencana materi pelatihan yang diadakan di Rumah BUMN Purwokerto. Rumah BUMN Purwokerto memberikan kesempatan secara terbuka bagi UMKM binaan untuk memberikan rekomendasi terkait tema atau materi pelatihan yang akan diadakan. Hal tersebut membuat UMKM dapat mengupayakan untuk mendapatkan solusi terkait permasalahan yang sedang dihadapi.
- c. UMKM mendapatkan kesempatan untuk meningkatkan kualitas pemasaran khususnya terkait digital marketing. Kesempatan tersebut diperoleh melalui pelatihan-pelatihan yang diadakan Rumah BUMN Purwokerto secara online atau offline yang diajar oleh praktisi yang berkompeten dibidangnya, seperti pelatihan foto produk, video produk, optimalisasi e-commerce dan media sosial, serta dapat83 konsultasi secara langsung kepada pegawai Rumah BUMN Purwokerto.
- d. UMKM memiliki kesempatan untuk dibantu dalam mengurus legalitas. Rumah BUMN Purwokerto memberikan kesempatan bagi UMKM untuk dibantu dalam mengurus legalitas usaha tanpa ada biaya untuk mengurus legalitas.
- e. UMKM binaan dapat memanfaatkan *co-working space* di Rumah BUMN Purwokerto secara gratis. *Co-working space* merupakan sebuah ruangan yang bisa digunakan untuk rapat sehingga UMKM binaan dapat menjadikan *co-working space* sebagai tempat untuk produktif bagi UMKM binaan. Manfaat tersebut memberikan dampak baik secara langsung maupun tidak langsung bagi UMKM dalam meningkatkan kinerja usahanya sehingga omset/pendapatan kotor dan keuntungan bersih/laba UMKM dapat meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Inkubasi bisnis merupakan salah satu upaya pemberdayaan bagi UMKM yang memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan dan pertumbuhan usaha (Rukmana et al., 2023). Inkubasi bisnis dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan khususnya adaptasi pada bidang teknologi dan pemasaran yang dihadapi UMKM (Abidah et al., 2020). Kemudian, pasca pelatihan digital marketing yang dilakukan (Raharja and Natari, 2021), UMKM dapat meningkatkan pemasaran dan penjualannya sehingga UMKM dapat meminimalisasi biaya operasional, memudahkan transaksi dan penjualan, hemat tempat, dan memudahkan promosi.

Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata omset per bulan UMKM antara sebelum dan setelah bergabung di Rumah BUMN. Kemudian, rata-rata keuntungan usaha/laba per bulan UMKM juga mengalami perbedaan antara sebelum dan setelah bergabung di Rumah BUMN Purwokerto. Dengan hadirnya Rumah BUMN, UMKM binaan memiliki komepetensi yang lebih baik karena Rumah BUMN memberikan pendampingan, pelatihan, dan akses permodalan yang membantu meningkatkan kualitas

produk, memperluas jangkauan pasar, termasuk pasar digital, serta memperkuat kapasitas manajemen UMKM sehingga mereka bisa berkembang lebih kompetitif dan mandiri dalam menghadapi tantangan bisnis. Program pendampingan dan pembinaan UMKM merupakan salah satu wujud nyata untuk menghadirkan UMKM yang siap *go online* dan siap bersaing.

Daftar Pustaka

- Abidah, K. N., Baihaqi, I., and Persada, S. F. (2020). Konsep Model Bisnis Inkubasi Online dengan Perspektif Triple Helix. *Jurnal Teknik ITS*, 9(1), 13–18.
- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72.
- Anwarudin, O., Sumardjo, S., Satria, A., and Fatchiya, A. (2020). Process and Approach to Farmer Regeneration Through Multi-strategy in Indonesia. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pertanian*, 39(2), 73. <https://doi.org/10.21082/jp3.v39n2.2020.p73-85>
- BPS DKI Jakarta. (2023). *Indikator Kesejahteraan Rakyat Provinsi DKI Jakarta*.
- Department of Cooperatives and SMEs of Central Java Province. (2021). *Data Keragaan Koperasi Kab/Kota di Provinsi Jawa Tengah TW II 2021*. <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id>
- Ekawati, N. W. (2012). Jejaring Sosial/Facebook sebagai Media E-Pengecer (Studi kasus mahasiswa di Kota Denpasar). *Buletin Studi Ekonomi*, Volume 17, No. 2, Agustus 2012, 17(2), 1–6. [http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=14129&val=951&title=JEJARING SOSIAL/FACEBOOK SEBAGAI MEDIA E-PENGE CER \(Studi kasus mahasiswa di Kota Denpasar\)](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=14129&val=951&title=JEJARING%20SOSIAL/FACEBOOK%20SEBAGAI%20MEDIA%20E-PENGE CER%20(%20Studi%20kasus%20mahasiswa%20di%20Kota%20Denpasar))
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, and Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk Umkm Asti Gauri Di Kecamatan Bantarsari Cilacap. Dan Kesekretarisan. *Jurnal Administrasi*, 4(1), 53–60.
- Herman, L. E., and Athar, H. S. (2018). Pengembangan Model Social Media Marketing dan Keputusan Berkunjung: Sebuah Pendekatan Konseptual. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 147–155. <https://doi.org/10.31294/kom.v5i2.4688>
- Ikhsani, and Santoso. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Banyumas. *Prosiding Seminar Nasional LPPM UMP*, 452–457.
- Jefri, U., and Ibrohim, I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 86. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>
- Kumar, G., Engle, C., and Tucker, C. (2018). Factors Driving Aquaculture Technology Adoption. *Journal of the World Aquaculture Society*, 49(3), 447–476. <https://doi.org/10.1111/jwas.12514>

- Kusumajati, T. O., Kusuma, S. E., Fridayani, J. A., Diva, M. A., and Pranatasari, F. D. (2022). Upaya Pemberdayaan Usaha Umkm Sebagai Solusi Pengentasan Kemiskinan: Praktek Pada Cu Mitra Parahita, Cu Tyas Manunggal Dan Cu Kridha Rahardja. *SEMANGGI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02), 136–146. <https://doi.org/10.38156/sjpm.v1i02.197>
- Muhlisin, Leksono, S. M., and Bahrudin, D. T. (2015). Daya Dukung Lingkungan dalam Pengembangan Pusat Inovasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (PI-UMKM) Peternakan Domba-Kambing di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. *Jurnal Bina Praja*, 07(01), 37–50. <https://doi.org/10.21787/jbp.07.2015.37-50>
- Naufalin, L. R. (2020). Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 22(1), 95–102.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Purwidiatoro, M. H., S.W, K. D. F., and Hadi, W. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal EKA CIDA*, 1(1), 30–39.
- Putra, W. E., Fauzi, E., and Ishak, A. (2019). Kontribusi Tenaga Kerja Dalam Keluarga Dan Pengaruhnya Terhadap Penerimaan Usahatani Sayuran Di Lahan Sawah Tadah Hujan (Kasus di Desa Srikunoro Kecamatan Pondok Kelapa Kabupaten Bengkulu Tengah). *AGRITEPA: Jurnal Ilmu Dan Teknologi Pertanian*, 6(2), 13–28. <https://doi.org/10.37676/agritepa.v6i2.878>
- Putri, P., and Utomo, R. A. (2022). Pengaruh Program Inkubasi Bisnis terhadap Kinerja Organisasi Usaha Mikro Bidang Kuliner (Studi pada Anggota Rumah BUMN Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 8(3), 1–16.
- Raharja, S. J., and Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha UMKM di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan dan Pengelolaan Media Digital. *Masyarakat. Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada*, 4(1), 108–123.
- Rofa, L., Meilani, A., Hasibuan, N., Nasution, A., and Suhairi. (2022). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 1(2), 222–235.
- Rukmana, A. Y., Priyana, Y., Rahayu, M., Jaelani, E., and MaryatiManik, D. E. (2023). Dampak Kebijakan Pemerintah Terhadap Ekosistem Kewirausahaan : Studi Kasus Inkubator Bisnis di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(3), 216–225.
- Satriani, Khaeriyah, M., Mardiasuti, W., Hasanudin, and Akbar, M. (2021). Analisis Margin Laba Bersih Terhadap Pencapaian Peningkatan Laba Atas Pendapatan Yang Diperoleh Pada Usaha Laundry (Studi Kasus Di Makasar). *Media Bisnis*, 13(1), 1–8.
- Setiawati, I., and Widyartati, P. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Strategi Komunikasi Pemasaran*, 20(1), 343–347.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 11(1), 33–64.

-
- Suess-Reyes, J., and Fuetsch, E. (2016). The future of family farming: A literature review on innovative, sustainable and succession-oriented strategies. *Journal of Rural Studies*, 47, 117–140. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2016.07.008>
- Sukirno, S. (2016). *Mikroekonomi Teori Pengantar (Edisi ke-3)*. Rajagrafindo Persada.
- Tambunan, E. S. (2020). Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Pasar Tiban Sunday Morning UGM. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 9(3), 239–247.
- Wossen, T., Abdoulaye, T., Alene, A., Haile, M. G., Feleke, S., Olanrewaju, A., and Manyong, V. (2017). Impacts of extension access and cooperative membership on technology adoption and household welfare. *Journal of Rural Studies*, 54, 223–233. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.06.022>
- Yuana, S. L., Azizah, N., and Apriliyanti, I. D. (2016). Komparasi Efektivitas dan Model Governance Inkubator Bisnis Digital antara Pengelola Pemerintah, BUMN, Swasta, Komunitas, dan Universitas. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 20(2), 133–146.