

PERSEPSI PELAKU UMKM TERHADAP PERAN PARTO ID DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA DI ERA DIGITAL

Oleh:

Bela Septia Ningsih¹

Johannes²

Andang Fazri³

Universitas Jambi

Alamat: JL. Arif Rahman Hakim, Telanaipura, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi
(36361).

Korespondensi Penulis: belaseptia2409@gmail.com, johannes@unja.ac.id,
andang.fazri@unja.ac.id.

***Abstract.** The purpose of this study is to analyse SMEs' understanding of the use of Parto.id, identify obstacles to its use, analyse the role of the application in operational, financial and marketing aspects, determine its impact on productivity, and examine SMEs' views on the sustainability of using the application. This study uses a phenomenological qualitative method with primary data obtained through Focus Group Discussions (FGDs) involving seven participants from various business sectors. The results show that MSMEs understand the strategic benefits of Parto.id, such as increased product visibility, transaction security, and expanded access to digital markets. The main obstacles faced include low digital literacy, limited devices and internet networks, and a lack of ongoing technical assistance. This application has been proven to contribute to business operational structuring, more orderly financial record keeping, and optimisation of marketing strategies, including involvement in government procurement systems. Overall, MSMEs view the use of Parto.id as having high sustainability potential if accompanied by the development of relevant features and continuous training support from developers and the government.*

PERSEPSI PELAKU UMKM TERHADAP PERAN PARTO ID DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA DI ERA DIGITAL

Keywords: *Increasing Competitiveness, Focus Group Discussion, MSMEs.*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pemahaman UMKM terhadap penggunaan Parto.id, mengidentifikasi kendala penggunaannya, menganalisis peran aplikasi dalam aspek operasional, keuangan, dan pemasaran, mengetahui pengaruhnya terhadap produktivitas, serta melihat pandangan UMKM terhadap keberlanjutan penggunaan aplikasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif fenomenologi dengan data primer yang diperoleh melalui Focus Group Discussion (FGD) yang melibatkan tujuh peserta dari berbagai sektor usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM memahami manfaat strategis Parto.id, seperti peningkatan visibilitas produk, keamanan transaksi, dan perluasan akses pasar digital. Kendala utama yang dihadapi antara lain rendahnya literasi digital, keterbatasan perangkat dan jaringan internet, serta kurangnya pendampingan teknis secara berkelanjutan. Aplikasi ini terbukti berkontribusi dalam penataan operasional usaha, pencatatan keuangan yang lebih tertib, dan optimalisasi strategi pemasaran, termasuk keterlibatan dalam sistem pengadaan pemerintah. Secara keseluruhan, UMKM memandang penggunaan Parto.id memiliki potensi keberlanjutan tinggi apabila disertai pengembangan fitur yang relevan dan dukungan pelatihan berkelanjutan dari pihak pengembang maupun pemerintah.

Kata Kunci: Peningkatan Daya Saing, *Focus Group Discussion, UMKM.*

LATAR BELAKANG

Di era digitalisasi, kemajuan teknologi sistem informasi dan komunikasi membawa dampak besar terhadap berbagai sektor, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Jambi. Wirausaha menjadi langkah strategis masyarakat dalam meningkatkan pendapatan (Emilia Dewiwati Pelipa, 2021). Pemanfaatan teknologi digital mendorong UMKM untuk meningkatkan daya saing. Dalam praktiknya, modal tetap menjadi faktor penting dalam mendukung keberlangsungan usaha (Suprpto, Rusdi, & Paryono, 2018). Daya saing menjadi isu utama dalam pengembangan UMKM karena menentukan kemampuan pelaku usaha untuk bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif.

Keunggulan bersaing suatu usaha sangat bergantung pada pemanfaatan sumber daya secara efisien dan penciptaan nilai superior. Faktor-faktor seperti kualitas produk,

layanan, distribusi, dan pemasaran menjadi penentu keberhasilan usaha dalam menghadapi persaingan (Dahmiri et al., 2024). Perusahaan juga dituntut untuk melakukan transformasi agar mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha (Januardi, Johannes, & Fazri, 2024). Secara umum, daya saing merupakan kemampuan suatu produk untuk memasuki pasar, bertahan, atau berkembang, yang dipengaruhi oleh keunggulan komparatif dan kompetitif (Subekti, 2020).

Menurut Porter dalam (Afriyanti et al., 2022), daya saing dipengaruhi oleh keunggulan kompetitif yang didukung oleh sumber daya perusahaan. Daya saing penting karena dapat meningkatkan produktivitas dan kemandirian, memperkuat kapasitas ekonomi, serta mendorong efisiensi melalui mekanisme pasar. UMKM memainkan peran strategis dalam perekonomian lokal, termasuk di Kota Jambi, karena berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Bahkan saat krisis ekonomi 1998, UMKM menjadi penopang utama ekonomi Indonesia.

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Kota Jambi, jumlah UMKM terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada 2019 tercatat 10.763 unit, kemudian melonjak menjadi 47.813 unit pada 2021, dan stabil di angka 50.747 unit pada 2022–2023 (Badan Pusat Statistik, 2025). Peningkatan tajam ini terutama terjadi pada usaha mikro sebagai dampak pemulihan ekonomi pascapandemi dan meningkatnya minat masyarakat berwirausaha. Meskipun tumbuh pesat, UMKM masih menghadapi kendala serius, terutama keterbatasan akses teknologi dan literasi digital (Sari, Johannes, & Octavia, 2025).

Sebagai solusi, hadir platform lokal Parto.id yang mendukung UMKM dalam memasarkan produk, mengelola inventaris, dan memperluas pasar. Parto.id kini memiliki 15 kategori produk, 2.698 item, dan nilai transaksi mencapai Rp15 miliar. Jumlah mitra juga meningkat dari 357 UMKM pada Januari 2023 menjadi 1.247 UMKM pada Agustus 2023 (Rosmeli et al., 2023). Hal ini menunjukkan peran signifikan Parto.id dalam memperkuat daya saing UMKM di Kota Jambi. Namun, belum semua pelaku UMKM memanfaatkan platform ini secara optimal.

Fenomena tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara pertumbuhan jumlah UMKM dengan adopsi teknologi digital. Minimnya pemahaman dan kesiapan pelaku UMKM menjadi tantangan utama. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menggali persepsi dan pengalaman pelaku UMKM

PERSEPSI PELAKU UMKM TERHADAP PERAN PARTO ID DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA DI ERA DIGITAL

terhadap pemanfaatan Parto.id. Pendekatan ini didukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) (Purwanto, 2020) untuk menjelaskan faktor penerimaan teknologi, yakni persepsi kemudahan dan kemanfaatan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengangkat judul: “*Persepsi Pelaku Umkm terhadap Peran Parto ID dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha di Era Digital*”.

KAJIAN TEORITIS

Pengenalan UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 sebagai kegiatan usaha yang dijalankan individu atau badan usaha perorangan sesuai kriteria perundang-undangan. UMKM berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan persaingan, dan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan (Siregar et al., 2023). Perannya mencakup pengembangan kawasan unggulan, mendukung program prioritas, serta meningkatkan produktivitas masyarakat, termasuk di Kota Jambi. Namun, UMKM juga menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, pemasaran, dan pemanfaatan teknologi (Aflahah & Sufiyanto, 2019).

Karakteristik UMKM umumnya ditandai dengan fleksibilitas usaha, administrasi keuangan yang belum tertata, keterbatasan literasi kewirausahaan, pendidikan rendah, serta minim akses perbankan dan legalitas formal (Sanjaya, 2021). Pengelompokan UMKM penting untuk legalitas usaha dan penentuan pajak. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, usaha mikro memiliki omzet maksimal Rp300 juta per tahun; usaha kecil Rp300 juta–Rp2,5 miliar; dan usaha menengah Rp2,5 miliar–Rp50 miliar. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, klasifikasi dapat dilihat dari modal usaha maupun hasil penjualan tahunan, dengan batas maksimal modal hingga Rp10 miliar dan penjualan hingga Rp50 miliar.

Menurut Bank Indonesia, klasifikasi UMKM dibagi menjadi empat kelompok: UMKM sektor informal seperti pedagang kaki lima; UMKM mikro dengan keterampilan dasar namun lemah dalam kewirausahaan; UMKM kecil dinamis yang mampu menjalin kerja sama dan ekspor; serta UMKM Past Moving Enterprise (PME) yang memiliki inovasi dan kesiapan berkembang menjadi usaha besar. Pengelompokan ini

mencerminkan beragam kapasitas dan potensi UMKM dalam menghadapi tantangan serta peluang pasar di era ekonomi digital.

Parto.id

Parto.id (Pasar Tradisional Online) merupakan marketplace B2G (Business to Government) yang difasilitasi oleh Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) PPMSE. Aplikasi ini dirancang untuk mempermudah proses transaksi dan pengadaan barang/jasa secara daring bagi pelaku UMKM maupun pemerintah. Parto.id lahir sebagai respons terhadap kemunduran penjualan UMKM lokal akibat dampak pandemi COVID-19 dan kini telah berkembang pesat dengan 396 mitra, 2.693 produk, dan nilai transaksi mencapai Rp15 miliar (Rosmeli et al., 2023). Kantor pusatnya berada di Gedung Mahligai 9, Jl. Telanaipura, Kota Jambi.

Parto.id berperan sebagai penghubung efektif antara UMKM dan pemerintah daerah dengan memberikan peluang besar untuk memperluas jangkauan pemasaran produk. Melalui platform ini, UMKM dapat meningkatkan omzet usaha sekaligus memperkuat daya saing di era digital. Pemerintah Kota Jambi bersama PT. Affan Technology Indonesia menghadirkan platform ini sebagai solusi digitalisasi jual beli yang aman dan nyaman bagi masyarakat, sehingga pelaku usaha dapat kembali menjalankan usahanya dengan lebih optimal.

Parto.id menyediakan 15 kategori produk dengan total 2.698 item dan telah berhasil menduduki peringkat ke-10 nasional dalam transaksi marketplace. Platform ini menawarkan dua solusi utama, yaitu mendukung pengadaan barang dan jasa pemerintah secara online dengan mengedepankan keamanan dan kecepatan, serta meningkatkan partisipasi UMKM dan koperasi dalam memanfaatkan peluang pasar. Keberhasilan ini menunjukkan potensi besar Parto.id sebagai marketplace lokal yang mendukung pertumbuhan UMKM dan perekonomian daerah (Rosmeli et al., 2023).

Konsep Daya Saing

Daya saing pada dasarnya mencerminkan kekuatan dan usaha untuk menjadi lebih baik dari pesaing dengan menawarkan keunggulan dalam kualitas, kepuasan, maupun aspek lainnya. Daya saing dapat dimaknai sebagai kemampuan individu, komunitas, atau institusi untuk menciptakan keunggulan kompetitif melalui peluang, keuntungan, dan

PERSEPSI PELAKU UMKM TERHADAP PERAN PARTO ID DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA DI ERA DIGITAL

nilai tambah (Arwildayanto & Arifin, 2020). Dalam konteks UMKM, daya saing ditunjukkan melalui kemampuan mempertahankan pangsa pasar dengan suplai tepat waktu, harga kompetitif, fleksibilitas terhadap kebutuhan pasar, dan tata kelola yang inovatif. Faktor lingkungan internal dan eksternal, termasuk intensitas persaingan, menjadi penentu utama daya saing usaha (Sahabuddin, 2016).

Upaya meningkatkan daya saing UMKM tidak hanya terkait pemahaman bisnis, tetapi juga kemampuan mengatasi hambatan dan menciptakan peluang (Yusuf & Farid, 2017). Faktor yang memengaruhi daya saing di era digital meliputi inovasi dan teknologi, pengalaman pelanggan, serta strategi pemasaran digital. Penggunaan platform digital seperti Parto.id dapat membantu UMKM memperluas pasar secara efisien dengan biaya rendah. Selain itu, efektivitas penggunaan sumber daya, investasi untuk pertumbuhan, dan kemampuan berinovasi juga menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya saing UMKM (Bismala et al., 2018).

Keunggulan daya saing UKM dapat dinilai dari kualitas produk, inovasi, harga kompetitif, serta hubungan erat dengan pelanggan dan pemasok. Atribut penting mencakup pengiriman tepat waktu, optimalisasi persediaan, pelatihan karyawan, serta efisiensi operasional. Namun, UMKM masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, SDM, teknologi, serta keamanan data di era digital. Untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan yang semakin ketat, UMKM perlu melakukan adaptasi cepat dan menerapkan strategi inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar (Bismala et al., 2018).

Technology Acceptance Model (TAM) Theory

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk memahami dan memprediksi penerimaan teknologi oleh pengguna. Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986 dan berfokus pada analisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi informasi, seperti kepercayaan, niat, dan tujuan pengguna (Davis, 1989; Purwanto, 2020). TAM membantu organisasi merancang teknologi yang lebih mudah digunakan dan sesuai kebutuhan pengguna, sehingga meningkatkan adopsi teknologi secara efektif (Wicaksono, 2022).

TAM menekankan dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Persepsi

kegunaan mencakup efektivitas, keuntungan, keterkaitan dengan tugas, serta relevansi teknologi dalam membantu pengguna mencapai tujuan mereka. Sementara itu, persepsi kemudahan penggunaan mencakup kemudahan belajar, kemudahan pengoperasian, ketersediaan dukungan teknis, serta sumber belajar. Semakin tinggi persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan suatu teknologi, semakin besar kemungkinan teknologi tersebut diterima dan digunakan secara luas (Wicaksono, 2022).

Focus Grup Discussion

Focus Group Discussion (FGD) merupakan teknik pengumpulan data kualitatif yang memberikan ruang bagi peneliti untuk menggali persepsi, sikap, serta pengalaman informan secara mendalam melalui diskusi kelompok yang difasilitasi oleh seorang moderator. Metode ini efektif karena memungkinkan terjadinya interaksi intensif antar peserta dengan latar belakang yang beragam sehingga memperkaya perspektif (Saleh, 2023; Handayani & Iryanti, 2017). FGD banyak digunakan karena prosesnya cepat, efisien, dan biaya relatif rendah. Namun, hasilnya tidak dapat digeneralisasikan secara luas karena jumlah peserta terbatas, dan pelaksanaannya menuntut moderator yang terlatih agar diskusi berjalan efektif.

FGD dapat berfungsi sebagai metode primer maupun sekunder dalam penelitian, terutama untuk menggali informasi mendalam mengenai persepsi, sikap, dan pengalaman informan terhadap suatu topik (Abdussamad, 2021). Keunggulan FGD antara lain kemudahan pelaksanaan, kemampuan mengeksplorasi topik, serta biaya rendah. Sementara kelemahannya adalah keterbatasan kontrol terhadap data, kurangnya suasana alami, serta risiko bias interaksi kelompok (Handayani & Iryanti, 2017). FGD sangat bermanfaat ketika peneliti ingin memahami keragaman perspektif, persoalan kompleks, serta memperoleh data kualitatif yang akurat dan kontekstual (Saleh, 2023).

Dalam pelaksanaannya, FGD memerlukan panduan diskusi yang terstruktur. Peneliti perlu menyusun pertanyaan kunci sesuai tujuan penelitian, menggunakan bahasa sederhana, serta membatasi jumlah pertanyaan inti agar diskusi lebih terarah (Abdussamad, 2021). Tahapan analisis data mencakup mendengarkan rekaman, membuat transkrip, mengidentifikasi topik yang berulang, serta mengelompokkan data berdasarkan konsensus, perbedaan pendapat, pengalaman unik, dan ide inovatif. Proses ini membantu peneliti memperoleh temuan yang kaya dan mendalam serta mengurangi subjektivitas..

PERSEPSI PELAKU UMKM TERHADAP PERAN PARTO ID DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA DI ERA DIGITAL

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif fenomenologi dengan pendekatan deskriptif, yang memungkinkan peneliti mengeksplorasi nuansa sosial dan dinamika yang tidak tercakup dalam pendekatan kuantitatif (Handayani & Iryanti, 2017). Pendekatan ini menekankan pemahaman mendalam terhadap konteks dan makna fenomena tanpa mengukur variabel secara numerik (Kriyantono, 2007). Data yang digunakan meliputi data primer melalui survei dan observasi, serta data sekunder dari arsip atau dokumen historis. Informan dipilih berdasarkan kriteria tertentu (Malhotra, 2020), yaitu pelaku UMKM yang telah menjadi mitra Parto.id minimal dua tahun dan bersedia berpartisipasi. Jumlah informan sebanyak delapan pelaku UMKM, yaitu Yuli Kitchen, Toko Kue Ayah, Malvinas, RM Dendeng Batokok, Cahaya Minang, Kantin Dishub, Gray Kue Nadis, dan Madam Cake.

Metode *Focus Group Discussion* (FGD)

Focus Group Discussion (FGD) adalah sebuah diskusi yang terencana dan terstruktur, yang bertujuan untuk membahas isu atau masalah tertentu. FGD digunakan sebagai metode untuk mengumpulkan data dan informasi secara terorganisir mengenai topik tertentu melalui diskusi kelompok. (prismaningtyas, 2016). Adapun metode pengumpulan data meliputi tahap *Pra Focus Group Discussion*, *Pelaksanaan Focus Group Discussion*, dan *Pasca Focus Group Discussion*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman UMKM Terhadap Penggunaan Aplikasi Parto.id Dalam Menjalankan Usahanya

Temuan penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan, informan penelitian memiliki pemahaman yang cukup bervariasi, namun secara umum tergolong positif. Seluruh pelaku UMKM yang telah menjadi mitra Parto.id memahami bahwa Parto.id adalah platform digital yang dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas usaha mereka secara online. Pemahaman positif ini tercermin dari pengalaman beberapa pelaku UMKM yang merasa terbantu dalam hal ekspansi pasar

dan peningkatan profesionalisme pengelolaan usaha. Secara keseluruhan, hasil wawancara dengan para pelaku UMKM ini menegaskan bahwa aplikasi Parto.id telah memberikan kontribusi nyata dalam mendorong pemahaman digitalisasi usaha kecil. Pemahaman yang dimiliki pelaku UMKM tidak hanya mencakup fungsi teknis dari aplikasi, tetapi juga manfaat strategis yang lebih luas, seperti peningkatan visibilitas produk, keamanan transaksi, serta perluasan pasar yang berujung pada potensi pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Berdasarkan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), pemahaman yang terbentuk pada UMKM dapat dikaitkan secara langsung dengan dua variabel utama yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Pelaku usaha seperti pemilik Malvinas dan RM Dendeng Batokok menyatakan bahwa aplikasi Parto.id membantu mereka memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi, dan membuat pengelolaan usaha menjadi lebih profesional meskipun masih dalam skala kecil. Hal ini menunjukkan persepsi tinggi terhadap *manfaat penggunaan teknologi (perceived usefulness)*, khususnya dalam konteks efektivitas, keterkaitan teknologi dengan tugas, dan relevansi teknologi terhadap kebutuhan usaha (Wicaksono, 2022). Pertama, dari aspek *perceived usefulness*, sebagian besar pelaku UMKM mengakui bahwa aplikasi Parto.id mampu memberikan manfaat nyata bagi usaha mereka. Manfaat tersebut antara lain berupa peningkatan jangkauan pasar, efisiensi dalam pencatatan transaksi, kejelasan alur pesanan, dan kemudahan dalam mengakses data penjualan. Beberapa informan juga menilai bahwa keberadaan sistem verifikasi dan penyaringan pesanan oleh pihak Parto.id turut memberikan rasa aman, yang sebelumnya sulit diperoleh saat berjualan di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa Parto.id bukan sekadar platform jual beli, tetapi juga alat strategis yang membantu pelaku UMKM untuk mengelola usahanya dengan lebih profesional dan terpercaya.

Kedua, dari sisi *perceived ease of use*, sebagian besar informan menyatakan bahwa aplikasi Parto.id relatif mudah dipahami dan digunakan, terutama setelah mendapat bimbingan langsung dari tim pendamping Parto.id. Pelaku UMKM yang awalnya belum terbiasa dengan teknologi mengungkapkan bahwa pendekatan pendampingan dan pelatihan yang dilakukan membuat mereka lebih percaya diri dalam menggunakan fitur-fitur yang tersedia, seperti pengelolaan pesanan, unggah produk, dan pencatatan penjualan. Tampilan antarmuka yang sederhana, aksesibilitas dari berbagai

PERSEPSI PELAKU UMKM TERHADAP PERAN PARTO ID DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA DI ERA DIGITAL

perangkat (termasuk ponsel), serta dukungan teknis yang responsif menjadi faktor penting yang memperkuat persepsi positif mereka terhadap kemudahan penggunaan aplikasi ini.

Dengan demikian, pemahaman UMKM terhadap aplikasi Parto.id dalam konteks ini tidak berdiri sendiri, melainkan terbangun melalui pengalaman bermitra selama beberapa bulan hingga tahun, bimbingan yang berkelanjutan dari pihak penyedia aplikasi, serta relevansi langsung antara fitur aplikasi dan kebutuhan operasional mereka. Tingkat pemahaman ini juga menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan pemanfaatan platform Parto.id dalam jangka panjang, sekaligus mencerminkan kesiapan UMKM dalam bertransformasi menuju ekosistem bisnis digital.

Kendala Yang Dihadapi UMKM Dalam Memahami dan Menggunakan Aplikasi Parto.id

Aplikasi Parto.id memberikan banyak manfaat dalam mendukung digitalisasi dan efisiensi pengelolaan usaha, tidak dapat dipungkiri bahwa pelaku UMKM tetap menghadapi sejumlah kendala dalam memahami dan mengoperasikan platform ini. Hambatan tersebut umumnya berkaitan dengan keterbatasan literasi digital, keterbatasan perangkat dan jaringan, hingga kurangnya pendampingan teknis. Bagi sebagian pelaku usaha kecil yang belum terbiasa menggunakan aplikasi berbasis digital, adaptasi terhadap fitur-fitur Parto.id memerlukan waktu dan bimbingan intensif. Berdasarkan temuan penelitian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa meskipun Parto.id memberikan manfaat bagi pengelolaan usaha, UMKM tetap menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan literasi digital, perangkat, jaringan, serta pemahaman fitur aplikasi. Selain itu, persaingan di platform, keterbatasan produksi, dan minimnya pendampingan teknis juga menjadi tantangan. Hal ini menunjukkan perlunya dukungan berkelanjutan agar UMKM dapat memanfaatkan aplikasi secara maksimal.

Bantuan Aplikasi Parto.id terhadap UMKM dalam Mengelola Aspek Operasional, Keuangan dan Pemasaran Usaha

Hasil diskusi kelompok terfokus (FGD) yang melibatkan para pelaku UMKM mitra Parto.id memberikan beberapa pandangan dan pengalaman yang menggambarkan secara nyata bagaimana aplikasi ini dimanfaatkan dalam kegiatan usaha mereka. Adapun

diskusi yang dilakukan membahas tentang bantuan aplikasi Parto.id dalam pengelolaan operasional usaha, dukungan Parto.id dalam pengelolaan keuangan, dan peran Parto.id dalam pemasaran produk.

a. Bantuan Aplikasi Parto.id dalam Pengelolaan Operasional Usaha

Bantuan Parto.id dalam pengelolaan operasional UMKM tercermin dari kemampuannya menyediakan sistem digital terintegrasi yang secara signifikan meningkatkan efisiensi dan profesionalisme proses bisnis. Fitur-fitur seperti manajemen pesanan, pelacakan pengiriman, pengaturan stok, dan invoice otomatis menghilangkan ketergantungan pada pencatatan manual yang rentan kesalahan serta mempersingkat waktu kerja. Dashboard *real-time* memungkinkan pelaku usaha merencanakan produksi dan distribusi secara lebih terstruktur, sementara pencatatan stok otomatis mengatasi ketidaksesuaian data antara pesanan dan persediaan. Selain itu, invoice dan laporan transaksi otomatis memperkuat legitimasi administrasi di mata pembeli institusional. Transformasi dari sistem tradisional ke digital ini tidak hanya menata ulang alur kerja operasional UMKM, tetapi juga meningkatkan kredibilitas, kepercayaan, dan daya saing mereka dalam ekosistem bisnis modern.

b. Dukungan Parto.id dalam Pengelolaan Keuangan

Parto.id tidak hanya menjadi platform pemasaran dan penjualan, tetapi juga turut mendukung pengelolaan keuangan UMKM secara lebih tertib, rapi, dan sesuai dengan standar profesional, terutama dalam menghadapi sistem pengadaan yang menuntut transparansi dan akuntabilitas. Dengan fitur pencatatan otomatis, invoice digital, dan sistem pembayaran terverifikasi, Parto.id tidak hanya mempermudah pencatatan keuangan bagi UMKM, tetapi juga meningkatkan profesionalisme dan kepatuhan administratif. Hal ini berdampak nyata dalam memperkuat pengelolaan keuangan usaha, serta mendorong UMKM untuk menerima dan mengadopsi teknologi digital secara lebih optimal. Parto.id tidak hanya berperan sebagai marketplace digital, tetapi juga sebagai fasilitator profesionalisasi keuangan bagi UMKM. Melalui fitur pencatatan otomatis, invoice digital, serta sistem pembayaran yang terverifikasi, Parto.id telah mendorong mitra UMKM untuk lebih tertib dan transparan dalam mengelola keuangan usahanya. Hal ini tidak hanya membantu dalam memenuhi standar

PERSEPSI PELAKU UMKM TERHADAP PERAN PARTO ID DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA DI ERA DIGITAL

pengadaan institusional, tetapi juga memberikan UMKM rekam jejak transaksi yang sah dan valid yang pada akhirnya menjadi aset penting untuk mengakses pembiayaan usaha. Dengan demikian, Parto.id berkontribusi signifikan terhadap penguatan fondasi administrasi dan keuangan UMKM, serta mendukung percepatan transformasi digital di sektor usaha kecil.

c. Peran Parto.id dalam Pemasaran Produk

Aplikasi Parto.id memiliki peran penting dalam membantu pelaku UMKM memasarkan produknya secara lebih luas, efektif, dan modern. Fitur-fitur yang disediakan dalam aplikasi ini memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang sebelumnya sulit mereka akses, baik secara lokal maupun nasional.

1) Meningkatkan akses pasar

Parto.id berperan signifikan dalam membuka akses pasar bagi UMKM, khususnya pada sektor formal seperti instansi pemerintah dan swasta. Dengan model *Business to Government* (B2G) dan *Business to Business* (B2B), aplikasi ini memperluas jangkauan pasar UMKM ke ranah yang sebelumnya sulit dijangkau. Tak hanya menjadi kanal penjualan, Parto.id juga turut memperkuat struktur usaha melalui peningkatan legalitas, tata kelola, dan pemahaman terhadap sistem pengadaan formal

2) Membantu Pemasaran Produk Secara Terstruktur dan Profesional

Aplikasi Parto.id memiliki peran signifikan dalam membantu pelaku UMKM memasarkan produknya secara lebih terstruktur dan profesional. Tidak hanya membuka akses ke pasar institusional yang sebelumnya sulit dijangkau, Parto.id juga menyediakan fitur-fitur pendukung seperti dashboard penjualan, invoice otomatis, pelacakan pengiriman, dan sistem pembayaran terverifikasi. Selain itu, adanya pelatihan terkait branding dan penyusunan identitas produk semakin memperkuat posisi UMKM agar mampu bersaing di ranah pengadaan formal secara percaya diri dan sistematis

Aplikasi Parto.id memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pengelolaan operasional, keuangan, dan pemasaran usaha UMKM secara terintegrasi dan profesional. Dalam aspek operasional, aplikasi ini membantu menata proses bisnis harian melalui sistem digital seperti manajemen pesanan, pelacakan pengiriman, dan pencatatan stok,

yang memudahkan pelaku usaha bekerja lebih efisien dan teratur. Dari sisi keuangan, fitur pencatatan otomatis, invoice digital, serta sistem pembayaran terverifikasi membantu UMKM menyusun laporan keuangan yang rapi dan siap memenuhi tuntutan administrasi formal, bahkan menjadi modal akses pembiayaan usaha. Sementara itu, pada aspek pemasaran, Parto.id membuka akses pasar yang sebelumnya tertutup, khususnya pada sektor instansi pemerintah dan swasta dengan sistem pengadaan resmi. Dengan berbagai pelatihan dan fitur pendukung seperti dashboard penjualan dan branding produk, Parto.id berhasil mendorong UMKM untuk naik kelas dan bersaing secara profesional di ekosistem digital yang lebih luas dan kredibel.

Apakah Penggunaan Aplikasi Parto.id dapat Membantu Meningkatkan Produktivitas dan Pengelolaan Usaha UMKM

Pembuatan aplikasi Parto.id pada dasarnya bertujuan untuk dapat meningkatkan daya saing para pelaku usaha, khususnya UMKM, di tengah pesatnya perkembangan digital. Aplikasi ini dirancang sebagai solusi digital yang mampu membantu pelaku usaha dalam mengelola pesanan, mempromosikan produk, mencatat transaksi, dan memperluas jangkauan pasar secara lebih efisien dan modern. Beberapa informan mengungkapkan bahwa dengan adanya fitur-fitur Parto.id, mereka dapat menghemat waktu terutama dalam mengurus beberapa hal seperti perizinan usaha, pajak usah, dan lain-lain karna sudah diurus oleh pihak Parto.id.

Temuan penelitian yang menemukan bahwa secara keseluruhan aplikasi Parto.id dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan produktivitas dan pengelolaan usaha UMKM. Aplikasi Parto.id memberikan dampak nyata dalam meningkatkan produktivitas dan pengelolaan usaha UMKM. Aplikasi ini tidak hanya mempermudah proses digitalisasi usaha seperti pengelolaan pesanan, pencatatan keuangan, dan manajemen stok, tetapi juga membuka akses pasar yang lebih luas termasuk ke pengadaan pemerintah. Fitur-fitur otomatis dan dukungan administrasi membantu UMKM lebih efisien, disiplin, dan profesional dalam menjalankan usaha. Dengan demikian, Parto.id berperan sebagai solusi digital yang mendorong daya saing UMKM di era transformasi digital

PERSEPSI PELAKU UMKM TERHADAP PERAN PARTO ID DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA DI ERA DIGITAL

Pandangan UMKM Tentang Keberlanjutan Penggunaan Aplikasi Parto.id Dalam Jangka Panjang

Seluruh UMKM yang menjadi informan penelitian memandang positif terkait keberlanjutan aplikasi Parto.id di masa depan. Mereka melihat bahwa keberadaan aplikasi ini telah memberi kontribusi dalam mendukung keberlangsungan dan pengembangan usaha mereka, terutama dalam menghadapi era digitalisasi. Berbagai pandangan UMKM selaku mitra Parto.id, dapat disimpulkan bahwa aplikasi ini dipandang memiliki prospek keberlanjutan yang kuat dalam jangka panjang. Para pelaku usaha tidak hanya merasakan manfaat secara praktis dalam menjalankan usaha, seperti peningkatan jangkauan pasar dan efisiensi digital, tetapi juga menunjukkan keterikatan emosional serta harapan besar terhadap inovasi dan dukungan berkelanjutan dari pihak pengembang. Keberlanjutan Parto.id di mata UMKM sangat bergantung pada relevansi fitur, pendampingan yang konsisten, serta keterlibatan aktif mitra dalam proses pengembangan, yang secara keseluruhan mencerminkan kesiapan mereka untuk terus melangkah bersama di tengah transformasi digital.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keberlanjutan penggunaan aplikasi Parto.id oleh UMKM dipengaruhi oleh persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat yang diberikan aplikasi tersebut. Dalam konteks *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), dua faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi adalah *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (persepsi kegunaan). Dari sisi *perceived ease of use*, mayoritas pelaku UMKM merasa bahwa fitur-fitur Parto.id mudah digunakan dan membantu menyederhanakan proses usaha seperti pencatatan pesanan, pengelolaan stok, dan pelaporan keuangan. Hal ini menciptakan efisiensi waktu dan kerja yang membuat pengguna merasa nyaman dan tidak terbebani secara teknis. Kemudahan ini juga menjadi faktor yang mendorong pengguna untuk mempertahankan penggunaan aplikasi dalam jangka panjang. Sementara itu, dari segi *perceived usefulness*, pelaku UMKM merasakan manfaat yang signifikan dari penggunaan Parto.id, seperti peningkatan jangkauan pasar, peluang masuk ke ekosistem pengadaan pemerintah, hingga perbaikan dalam tata kelola usaha. Bahkan, beberapa pelaku usaha menganggap Parto.id sebagai bagian dari strategi digitalisasi dan branding usaha, yang memberikan nilai tambah secara langsung terhadap pertumbuhan bisnis mereka.

Dengan demikian, keberlanjutan penggunaan aplikasi Parto.id oleh UMKM sangat berkorelasi dengan persepsi mereka terhadap kemudahan dan kegunaan aplikasi tersebut, sesuai dengan kerangka TAM. Agar keberlanjutan ini tetap terjaga, pengembang aplikasi perlu terus melakukan inovasi fitur, memberikan pelatihan, serta melibatkan mitra UMKM secara aktif dalam pengembangan sistem agar relevansi dan kepercayaan tetap terjaga.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis persepsi pelaku UMKM terhadap peran Parto ID dalam meningkatkan daya saing usaha di era digital melalui metode *Focus Group Discussion* (FGD), dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM memiliki pemahaman yang cukup komprehensif terhadap penggunaan aplikasi Parto.id, tidak hanya dari sisi fungsi teknis, tetapi juga manfaat strategisnya seperti peningkatan visibilitas produk, keamanan transaksi, serta perluasan pasar yang mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah kendala yang dihadapi, antara lain keterbatasan literasi digital, akses terhadap perangkat dan jaringan internet, pemahaman terhadap fitur aplikasi, serta minimnya pendampingan teknis dari pihak terkait. Aplikasi Parto.id terbukti memberikan kontribusi yang signifikan bagi UMKM, mencakup aspek operasional seperti manajemen pesanan, pelacakan, dan pengelolaan stok; aspek keuangan seperti pencatatan otomatis, invoice digital, dan sistem pembayaran terverifikasi; serta aspek pemasaran melalui perluasan akses ke pasar instansi pemerintah dan swasta. Penggunaan aplikasi ini membantu meningkatkan produktivitas dan efisiensi pengelolaan usaha melalui digitalisasi proses kerja, disiplin administrasi, serta perluasan jaringan pemasaran. Secara umum, pandangan pelaku UMKM terhadap keberlanjutan penggunaan Parto.id bersifat positif, dengan prospek jangka panjang yang dinilai kuat selama aplikasi tersebut terus berinovasi, menyediakan fitur yang relevan, serta disertai dengan pendampingan dan keterlibatan aktif dari berbagai mitra.

Saran

PERSEPSI PELAKU UMKM TERHADAP PERAN PARTO ID DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA DI ERA DIGITAL

Berdasarkan hasil temuan dan kesimpulan penelitian ini, berikut adalah saran yang dapat disampaikan sebagai bahan pertimbangan bagi pengembangan Parto.id di Kota Jambi, para UMKM, dan penelitian selanjutnya ke depan :

1. Diperlukan pengembangan fitur Parto.id yang berkelanjutan, pendampingan konsisten, pelatihan komunitas, serta fitur bantuan interaktif. Dukungan infrastruktur seperti offline mode dan integrasi dengan perbankan atau e-wallet akan memudahkan adaptasi UMKM.
2. UMKM disarankan aktif mengikuti pelatihan, sosialisasi, dan komunitas digital, serta meningkatkan literasi digital secara mandiri agar pemanfaatan aplikasi pada aspek operasional, keuangan, dan pemasaran lebih optimal.
3. Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk kajian lanjutan terkait adopsi teknologi UMKM, efektivitas platform digital, serta dampaknya terhadap pengembangan dan skala usaha dalam jangka panjang.

DAFTAR REFERENSI

- Abdussamad, Zuchri. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. (Makassar, CV. Syakir Media Press).
- Afriyanti, N., Handoyo, A. W., & Conia, P. D. D. (2022). Pengaruh Layanan Bimbingan Kelompok Dengan Teknik Focus Group Discussion (FGD) Untuk Meningkatkan Self Efficacy. *JBKI Jurnal Bimbingan Dan Konseling Indonesia*, 7(2), 0–00. https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/jurnal_bk
- Akmalia, A., & Kusumawati, R. (2021). Peningkatan Daya Saing UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. <https://prosiding.umy.ac.id/semnasppm/index.php/psppm/article/view/662>
- Arwildayanto, Sukung, A., Arifin, & Nellitawati. (2020). *Manajemen Daya Saing Perguruan Tinggi*. Bandung: CV Cendikia Press.
- Bastaman, A., & Royyansyah, M. (2017). the Influence of Marketing Mix and Service Quality on. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, VII(2), 183–197.
- Bismala, L. Handayani, S., Andriany, D., & Hafisah. (2018). *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.

- Dahmiri, D., Junaidi, J., Johannes, J., Yacob, S., & Indrawijaya, S. (2024). The impact of market orientation on marketing performance: exploring the moderating role of competitive advantage. *Business: Theory and Practice*, 25(1), 164-174.
- Gunawan, C. I., Solikhah, S. Q., & Yulita, Y. (2021). Model Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia UMKM Sektor Makanan dan Minuman di Era Covid-19. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 9(2), 200–207. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v9i2.3639>
- Handayani, W., & Iryanti, E. (2017). Penerapan Teknik Focus Group Discussion (Fgd) Dalam Kajian Perilaku Impulse Buying. In *Indomedia Pustaka*. https://www.academia.edu/66680991/Penerapan_Teknik_Focus_Group_Discussion_FGD_dalam_Kajian_Perilaku_Impulse_Buying
- Ibanah, I., Hasanah, J., Purnamasari, M., Supriono, A., & Hani, E. S. (2024). Enhancing The Competitive Advantage of Msme's Via Digital Marketing and The" Segitiga Emas" Tourism Program: A Case Study From Mumbulsari, Indonesia. *Jurnal Abdimas Terapan*, 4(1), 31-37. <https://jurnalvokasi.ung.ac.id/jat/index.php/jat/article/view/75>
- Januardi, K., Johannes, J., & Fazri, A. (2024). Analisis Strategi" Demarketing" Pada Kawasan Cagar Budaya Candi Borobudur. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(01), 69-82. <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/26201/17651>
- Jatmiko, N. S. (2022). Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 4(2), 253. <https://doi.org/10.30872/plakat.v4i2.8955>
- Junio, M. M. V., Kim, J. H., & Lee, T. J. (2017). Competitiveness attributes of a medical tourism destination: The case of South Korea with importance-performance analysis. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 34(4), 444–460. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1182454>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2002). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 1–63.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). Principles of Marketing Eighth Europe Edition. In *Pearson education ltd* (Issue 8th edition). www.pearson.com/uk

PERSEPSI PELAKU UMKM TERHADAP PERAN PARTO ID DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA DI ERA DIGITAL

- Malhotra, Naresh K. (2020). *Marketing Research An Applied Orientation*. United Kingdom: Pearson Publisher.
- Mustika, M. (2019). Penerapan Teknologi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 2(2), 165–171. <https://doi.org/10.36085/jsai.v2i2.352>
- Octavia, A., Hasbullah, H., & Sriayudha, Y. (2020). Development Model of Social Media Marketing – Consumer Loyalty Mediated By Brand Equity and Consumer Response To Fashion Branded Products. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(1), 20–29. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i1.633>
- Putu Krisna Adwitya Sanjaya & I Putu Nuratama, (2021). *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah*, (Gowa: CV Cahaya Bintang Cemerlang)
- PRISMANINGTYAS, C. W. (2016). Memahami Konsep Loyalitas Pada Ibu Rumah Tangga Dalam Pemilihan Produk Rumah Tangga. *Universitas Airlangga*, 147(March), 11–40.
- Rosmeli, R., Ekasari, N., Wiralestari, W., Friyani, R., & Achmad, E. (2023). Pemanfaatan Aplikasi “Parto.id” Bagi Umkm Kuliner Di Kota Jambi. *Abdimas Galuh*, 5(2), 1678. <https://doi.org/10.25157/ag.v5i2.12036>
- Sahabuddin, Romansyah. (2016). *Daya Saing Industri Kecil dan Menengah dalam Perspektif Manajemen Strategik: Analisis Lingkungan Persaingan Industri*. Makassar: PKBM Rumah Buku Carabaca Makassar.
- Sakti, E. M. S., Yuliani, N., & Gustina, D. (2023). Peningkatan daya saing UMKM kuliner Jawa Depok menuju transformasi digital melalui pelatihan manajemen dan pemasaran. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 4(2), 105-112. <https://salnesia.id/jagri/article/view/722>
- Saleh, Sirajuddin. (2023). *Mengenal Penelitian Kualitatif: Panduan Bagi Peneliti Pemula*. Gow: Agma.
- Sari, D. J., Johannes., & Octavia, Ade. (2024). Analisis Kepentingan dan Kinerja Program 3 GO Rumah BUMN Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen (JDM)*, 13(3), 1678. <https://doi.org/10.25157/ag.v5i2.12036>
- Scott, D. M. (2010). *The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video, & Viral Marketing to Reach Buyers Directly*.

- SHELEMO, A. A. (2023). No Title. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Siregar, A. J., Savitri, D., Akbar, M. R., Iqbal, M., Zahra, A., & Wulandari, S. (2023). Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Society 5.0. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(6), 1646–1652. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i6.3129>
- Subekti, H. (2020). *Analisis faktor yang mempengaruhi daya saing ekspor manggis (Garcinia Mangostana L.) di pasar Internasional*. 1, 6–30. <http://erepository.uwks.ac.id/id/eprint/7555>
- Supriandi, & Iskandar, Y. (2022). Pengaruh Modal Sosial, Kapabilitas Financial, Orientasi Kewirausahaan terhadap Daya Saing Bisnis Berkelanjutan serta Implikasinya pada Kinerja UMKM Industri Kuliner di Kota Sukabumi. *Senmabis: Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 2–19. <https://senmabis.nusaputra.ac.id/>
- Susilowati, Heni dkk, *Kinerja Bisnis Umkm di Era Digital*, (Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2022)
- Purwanto, Edi. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework*. Yayasan Pendidikan Philadelphia.
- Wicaksono, Soetam Rizky. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. CV. Seribu Bintang.
- Yusuf, R. M. & Farid. (2017). *Kewirausahaan dan Daya Saing UKM*. Makassar: CV Nas Media Pustaka.