

ARTIKEL

Inovasi Aplikasi Bebaya untuk Pemulihan Perekonomian UMKM di Kota Samarinda

Innovation of Bebaya Application for UMKM Recovery in Samarinda City

OPEN ACCESS

Citation: Naufal, R., Perdana, G., Irawan, B., & Hidayat, M., N. (2023). Inovasi Aplikasi Bebaya untuk Pemulihan Perekonomian UMKM di Kota Samarinda. *Matra Pembaruan*, 7(1), 1-12

Received: May 23, 2023

Accepted: May 29, 2023

Published: May 31, 2023

© The Author(s)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Kata Kunci: Inovasi, E-government, Aplikasi Bebaya.

Keywords: Innovation, E-Government, Bebaya Application.

Gusti Naufal Rizky Perdana ¹, Bambang Irawan ², Muhammad Nizar Hidayat ³

^{1,2} Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Kota Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia.

³ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Indonesia.

✉ bambang.irawan@fisip.unmul.ac.id

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk menjaga eksistensi pelaku UMKM di tengah perkembangan digitalisasi dan pandemi Covid-19 dengan menerapkan inovasi sektor publik dalam pemberdayaan UMKM. Tujuannya adalah mendeskripsikan dan menganalisis inovasi penerapan aplikasi Bebaya yang efektif oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda, serta mengidentifikasi faktor penghambat inovasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi aplikasi Bebaya telah sesuai dengan karakteristik inovasi, namun terdapat faktor penghambat seperti kurangnya koordinasi dan komunikasi dalam pengembangan inovasi, kurangnya pengetahuan dan partisipasi masyarakat, ketidaktepatan sosialisasi dan promosi, penurunan transaksi akibat distribusi produk inovatif yang tidak konsisten, serta belum mencakup seluruh lapisan masyarakat. Implikasi penelitian ini adalah perlunya peningkatan koordinasi dan komunikasi, peningkatan pengetahuan dan partisipasi masyarakat, sosialisasi dan promosi yang lebih tepat, serta distribusi produk inovatif yang konsisten untuk mendukung pemberdayaan UMKM. Dengan mengatasi faktor penghambat ini, inovasi aplikasi Bebaya dapat lebih efektif dalam menjaga eksistensi pelaku UMKM di era digitalisasi dan pandemi Covid-19.

Abstract: This research was conducted to maintain the existence of MSME players amid the development of digitalization and the Covid-19 pandemic by implementing public sector innovation in empowering MSMEs. The aim is to describe and analyze the innovation of implementing a practical Bebaya application by the Samarinda City Communication and Informatics Office and identify the factors that hinder this innovation. This research uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The results showed that the innovation of the Bebaya application was to the characteristics of innovation. However, there were inhibiting factors such as lack of coordination and communication in innovation development, lack of knowledge and community participation, inaccurate socialization and promotion, decreased transactions due to uneven distribution of innovative products, and not covering all levels of society. This research implies the need for increased coordination and communication, increased community knowledge and participation, more appropriate socialization and promotion, and consistent distribution of innovative products to support MSME empowerment. By overcoming these inhibiting factors, the innovation of the Bebaya application can be more effective in maintaining the existence of MSME players in the era of digitalization and the Covid-19 pandemic.

I. Pendahuluan

Perputaran ekonomi nasional banyak terhambat diakibatkan oleh kehadiran pandemi Covid-19. Hal ini bisa dilihat pada data BPS yang menyatakan bahwa pada tahun 2020 pertumbuhan ekonomi Indonesia berada di angka minus 2,07 (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2021). Meskipun pada tahun 2022 terjadi perbaikan pertumbuhan ekonomi Indonesia, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi pada tahun tersebut mencapai 5,31 persen, meningkat dibandingkan tahun 2021 yang hanya mencapai pertumbuhan sebesar 3,70 persen (Badan Pusat Statistik, 2023). Hal ini tidak lepas dari kontribusi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) melalui *ASEAN Investment Report 2022* yang dirilis pada bulan Oktober 2022 mencatat bahwa jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai 65,46 juta, yang memberikan kontribusi sebesar 60,3 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan berhasil menyerap 97 persen tenaga kerja di negara ini (*United Nations Conference on Trade and Development, 2022*).

Dengan segala keterbatasan yang ada, pelaku UMKM banyak menghadapi permasalahan akibat pandemi Covid-19. Data Kemenkop RI menyatakan dari sekitar 37.000 pelaku UMKM, 56 persen melaporkan penurunan penjualan, 22 persen melaporkan permasalahan finansial, 15 persen melaporkan masalah terkait distribusi barang, dan 4 persen melaporkan kesulitan mendapatkan bahan baku (Thaha, 2020). Adapun hasil survei lain yang dilakukan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) menyatakan bahwa 94,69 persen pelaku usaha mengalami penurunan penjualan akibat pandemi covid-19 yang mengakibatkan penurunan pendapatan lebih dari 75 persen dan para pelaku usaha juga mengalami kerentanan penutupan usaha (Aldania & Niswah, 2021).

Pemberdayaan UMKM dilaksanakan sebagai upaya mencapai kesatuan dan pembangunan perekonomian nasional dalam mewujudkan kemakmuran masyarakat (Hardiyanti & Ma'aruf, 2021). Tujuan dari dilakukannya pemberdayaan agar UMKM dapat bertahan dari pandemi Covid-19 dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Tertuang pada Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2017 tentang Inovasi Daerah pada pasal 2 ayat (2) dijelaskan bahwa sasaran inovasi daerah ditujukan untuk mempercepat tercapainya kesejahteraan masyarakat melalui pelaksanaan Pelayanan Publik yang baik, pemberdayaan dengan melibatkan masyarakat serta meningkatkan daya saing daerah.

Inovasi itu sendiri tidak hanya mengacu pada nilai-nilai seperti efisiensi dan efektivitas, tetapi juga pada daya tanggap, keandalan, dan dengan demikian kesesuaian untuk kematangan inovasi yang diinginkan (Bekkers & Tummars, 2018). Dengan adanya ICT ini menuntut pemerintah untuk bisa mengelola dan menciptakan inovasi yang selanjutnya diimplementasikan dalam memberikan pelayanan publik (Clarke, 2020).

Salah satu daerah yang terdampak pandemi Covid-19 adalah Kalimantan Timur. Jumlah pelaku UMKM Kalimantan Timur terdiri dari 297.207 pelaku usaha mikro, 9.440 pelaku usaha kecil dan 696 pelaku usaha menengah. Jumlah terbesar berada di Kota Samarinda dan Balikpapan (Diskominfo Kaltim, 2021). Selain itu pentingnya memperhatikan sektor UMKM di dukung dengan pemindahan Ibu Kota Nusantara (IKN) di Provinsi Kaltim akan menjadi peluang usaha bagi UMKM. IKN bisa menjadi salah satu pendorong peningkatan usaha, peningkatan investasi dan pertumbuhan ekonomi (Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur, 2022).

Pelaku UMKM di Kota Samarinda berdampak paling besar akibat Covid-19 di Kalimantan Timur dengan jumlah total 158.624 pelaku usaha. Selain itu, saluran bantuan terhadap pelaku UMKM di Kota Samarinda masih belum menyeluruh. Dari total 158.624 pelaku UMKM Kota Samarinda yang terdampak Covid-19, hanya 42.805 pelaku UMKM yang mendapatkan Bantuan Produktif Usaha Mikro (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Kota Samarinda, 2021).

Merespon tantangan yang ditimbulkan oleh pandemi covid-19, Pemerintah Kota Samarinda berupaya untuk memberikan bantuan dan dukungan kepada sektor UMKM yang salah satunya berupa penerbitan Peraturan Walikota Samarinda Nomor 17 Tahun 2020 Tentang Program Behambinan. Program ini merupakan program kerjasama

antar *stakeholder* pembangunan dalam rangka pemberdayaan dan peningkatan ekonomi lokal, peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat, khususnya dalam hal mempromosikan pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan tetap memperhatikan potensi daerah berdasarkan pembangunan bersama semua *stakeholder* sesuai dengan tugasnya.

Merespon tantangan yang ditimbulkan oleh pandemi covid-19, Pemerintah Kota Samarinda berupaya untuk memberikan bantuan dan dukungan kepada sektor UMKM yang salah satunya berupa penerbitan Peraturan Walikota Samarinda Nomor 17 Tahun 2020 Tentang Program Behambinan. Program ini merupakan program kerjasama antar *stakeholder* pembangunan dalam rangka pemberdayaan dan peningkatan ekonomi lokal, peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat, khususnya dalam hal mempromosikan pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan tetap memperhatikan potensi daerah berdasarkan pembangunan bersama semua *stakeholder* sesuai dengan tugasnya.

Di sektor publik, penggunaan ICT dijelaskan sebagai *Electronic Government (E Government)* yang dimana dalam implementasinya pemerintah menggunakan media digital dan *terminology* canggih seperti *mobile government*, *flexible government*, dan *smart government* (Manoharan & Ingrams, 2018). Selain itu beberapa literatur menyatakan bahwa konsep *digital governance* dapat menjadi solusi dalam menghadapi pandemi Covid-19. *Digital governance* menjadi elemen kunci dalam keberhasilan pemulihan ekonomi pada era Covid-19, terlepas dari kenyataan bahwa konsep ini sudah ada sejak lama (Tiwari, 2022). Penggunaan *digital governance* memberikan kontribusi dalam mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh merebaknya pandemi Covid-19 (Rizwan, 2023). Selanjutnya studi Yen (2020) *digital governance* menjadi alat utama dalam penanganan Covid-19 untuk memperkuat efektifitas dan memperluas tata kelola pemerintah.

Salah satu program Behambinan adalah aplikasi Bebaya yang mengusung pelaksanaan *digital governance* melalui digital *marketplace* bagi warga kota Samarinda sebagai bentuk solusi atas permasalahan para pelaku UMKM menghadapi dampak sosial ekonomi dari pandemi Covid-19. Aplikasi Bebaya diluncurkan oleh pemerintah Kota Samarinda untuk membantu para pelaku UMKM dalam berjualan digital di kota Samarinda selama masa pandemi Covid-19.

Aplikasi bebaya sebagai suatu upaya pembaharuan Pemerintah Kota Samarinda untuk tetap mempertahankan ekonomi terkhusus bagi pelaku UMKM. Hal ini sejalan dengan pendapat Putera et al., (2014) yang menyatakan inovasi di sektor publik dapat dipahami sebagai proses penciptaan sesuatu yang baru dengan memberikan dampak pada nilai ekonomi atau sosial dalam rangka meningkatkan kualitas individu, organisasi dan masyarakat. Selain itu, inovasi di sektor publik merupakan kontributor utama bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara dan kesejahteraan masyarakat itu sendiri (Nurhayoko et al., 2020).

Observasi penulis menunjukkan bahwa aplikasi Bebaya tidak mengambil keuntungan atau bagi hasil dari penjualan UMKM. Selain itu, terdapat kerjasama dengan kurir lokal di Kota Samarinda, sehingga masyarakat lokal dapat berkontribusi dalam meningkatkan ekonomi di kota tersebut. Dalam proses pemberdayaan masyarakat, setiap tawaran inovasi harus mampu mendorong perubahan dengan mengedepankan aspek inovatif bagi masyarakat sebagai upaya perbaikan mutu hidup (Mardikanto & Soebianto, 2019). Maka dari itu Pemerintah Kota Samarinda perlu memperhatikan aspek kebermanfaatan Inovasi aplikasi Bebaya bagi masyarakat terkhusus pelaku UMKM yang ada di Kota Samarinda agar dapat diterima dan terwujudnya perbaikan dalam perekonomian Kota Samarinda akibat pandemi Covid-19. Hal ini dikarenakan inovasi tidak hanya dipahami sebagai ide kreatif baru, tetapi inovasi juga merupakan proses yang dirancang, diprogram, dan diorganisir secara sistematis dengan memberikan tujuan yang jelas (Macella et al., 2021).

Urgensinya dilakukannya transformasi pada sektor ekonomi terkhusus melalui *digital marketing* menjadi langkah solutif saat menghadapi pandemi Covid-19. Pandemi Covid19 telah menempatkan *digital marketing* pada Jalur cepat dan membuka jalan untuk pengembangan lebih lanjut dan peningkatan aktivitas pemasaran digital (Ayush & Gowda, 2020). Selama pandemi Covid-19, pemasaran digital telah mencapai grafik

pertumbuhannya dan memperoleh keuntungan dalam teknologi di seluruh dunia (Khie, 2022). Bahkan bagi pelaku UMKM *digital marketing* tidak hanya akan memberikan keuntungan bagi pelaku UMKM tetapi juga dapat menciptakan keuntungan atau nilai tambah bagi pelanggan (Redjeki & Affandi, 2021).

Lebih lanjut membahas pelaksanaan *digital marketing* pada UMKM telah banyak literatur yang akhirnya merumuskan konsep digitalisasi UMKM. Digitalisasi UMKM merupakan istilah yang merujuk pada penerapan teknologi informasi dalam membantu operasional UMKM (Widagdo, 2021). Istilah tersebut dimunculkan untuk merangkum penyebutan serupa sebagaimana yang terekam dalam penelitian terdahulu. Misalnya penelitian Widagdo (2021) Digitalisasi UMKM merupakan program penting yang berdampak positif bagi usaha mikro. Hal ini dapat meningkatkan pemasaran dan pendapatan usaha mikro. Upaya digitalisasi juga memungkinkan pertumbuhan usaha mikro dalam jangka panjang dan meningkatkan sumber daya manusia. Dengan adanya digitalisasi, perekonomian masyarakat dapat dikembangkan melalui usaha mikro yang mampu bersaing di pasar domestik dan internasional.

Digitalisasi UMKM ini juga disinggung oleh Bambang Arianto (Arianto, 2020) dan Arifqi & Junaedi (2021) yang mengelaborasi potensi teknologi informasi untuk membantu memulihkan perekonomian sektor UMKM yang berdampak signifikan akibat Covid-19. Adanya pandemi Covid-19 memang memaksa UMKM untuk melakukan transformasi terutama dalam hal pemasaran (Hasan et al., 2021; Pramesti et al., 2021). Untuk itulah pemasaran digital atau *digital marketing* menjadi alternatif atau jalan keluar yang diharapkan mampu memulihkan perekonomian sektor UMKM (Hamzah & Putri, 2021; Naimah et al., 2020).

Aplikasi Bebaya, pasar digital yang dikembangkan oleh Pemerintah Kota Samarinda, merupakan inovasi di sektor publik. Namun, inovasi ini menghadapi beberapa hambatan. Observasi menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat Kota Samarinda dalam menggunakan aplikasi Bebaya masih rendah, hanya 4.312 pengguna dari total populasi 827.994 penduduk. Selain itu, hanya 456 pelaku UMKM yang terverifikasi sebagai penjual di aplikasi ini, padahal terdapat 158.624 pelaku UMKM yang terdampak pandemi di Kota Samarinda. Oleh karena itu, inovasi aplikasi Bebaya belum mencakup semua pelaku UMKM di Kota Samarinda. Selain itu, terdapat keterbatasan dalam hal branding aplikasi ini untuk menarik minat masyarakat dan pelaku UMKM, karena keterbatasan anggaran pemerintah Kota Samarinda tidak memungkinkan pemberian insentif seperti potongan harga atau gratis ongkir.

Berdasarkan permasalahan pada observasi tersebut maka tulisan ini bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi aplikasi bebaya melalui karakteristik inovasi serta faktor penghambatnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi berharga bagi pemerintah dan pelaku UMKM untuk meningkatkan kemampuan dalam mengadopsi inovasi dan berinovasi dalam bisnis.

II. Metode

Pendekatan penelitian menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan untuk memahami proses kerja dan interaksi yang terjadi dalam inovasi aplikasi bebaya yang dilakukan pemerintah dan melihat perspektif pelaku UMKM yang menggunakan aplikasi bebaya. Menurut Creswell W (2014) metode penelitian kualitatif adalah suatu proses eksplorasi dan pemahaman terhadap makna perilaku individu dan kelompok dalam menggambarkan masalah sosial. Menurut Nassaji (2015) Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk menggambarkan suatu fenomena dan ciri-cirinya. Penelitian ini lebih mementingkan apa daripada bagaimana atau mengapa sesuatu terjadi.

Pemilihan sumber data primer meliputi *key informan* dan *informan* menggunakan teknik *purposive sampling*, yang dapat dipahami sebagai teknik pengambilan sampel data dengan melakukan pertimbangan-pertimbangan (Sugiyono, 2020). *Key informan* dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang aplikasi dan layanan *e-government* Diskominfo Kota Samarinda. Sedangkan *informan* penelitian ini Kepala Sub koordinator ekosistem TIK Diskominfo Kota Samarinda dan pelaku UMKM yang menggunakan aplikasi bebaya. Pemilihan *informan* penelitian ini dilakukan agar dapat melihat proses

inovasi aplikasi bebaya melalui perspektif pemerintah dan pengguna itu sendiri.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik model interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman melalui pengumpulan data (*Data Collection*), kondensasi data (*Data Condensation*), Penyajian Data (*Data Display*), dan pengambilan kesimpulan dan verifikasi (*Conclusion Drawing / Verification*) (Sugiyono, 2020).

III. Hasil dan Pembahasan

III.1. Inovasi Aplikasi BEBAYA Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda

Aplikasi Bebaya ini merupakan *digital marketplace* bagi warga kota Samarinda sebagai bentuk solusi atas permasalahan para pelaku UMKM menghadapi dampak sosial ekonomi dari pandemi Covid-19. Aplikasi Bebaya diluncurkan oleh pemerintah Kota Samarinda untuk membantu para pelaku UMKM dalam berjualan digital di kota Samarinda selama masa pandemi Covid-19.

Gambar 1. Logo Aplikasi Bebaya.



Sumber: Diskominfo Kaltim, (2021).

Logo bebaya yang tertera pada gambar 1 memiliki filosofi kebersamaan dan persatuan. Bentuk logo dapat dilihat terdiri dari berbagai warna tangan yang berbeda. Hal ini dapat dipahami sebagai bentuk keragaman yang saling mendukung. Dilihat dari bentuk logonya menyerupai sarung (topi adat masyarakat kutai) yang biasa digunakan masyarakat untuk melakukan kegiatan gotong royong.

Inovasi aplikasi bebaya oleh pemerintah Kota Samarinda harus bisa sesuai dengan karakteristik agar dapat digunakan oleh masyarakat. Penulis akan menganalisis karakteristik inovasi aplikasi bebaya menggunakan teori Efertt M. Roggers. Menurut Efertt M. Roggers terdapat lima indikator terkait karakteristik inovasi yaitu *Relative Advantage* (Keuntungan Relatif), *Compatibility* (Kesesuaian), *Complexity* (Kerumitan), *Triability* (Kemungkinan Dicoba), *Observability* (Kemudahan diamati).

III.1.1. *Relative Advantage* (Keuntungan Relatif)

Inovasi diciptakan untuk dapat memberikan kemudahan, kecepatan dan keunggulan yang akan dirasakan oleh penerima dan penyedia layanan (Nurhayoko et al., 2020). Hal ini dapat diukur dari aspek-aspek seperti aspek ekonomi, kemampuan masyarakat, kepuasan, dan kenyamanan. Semakin besar keunggulan relatif dirasakan masyarakat, semakin cepat inovasi tersebut dapat diterima (Hutagalung & Hermawan, 2018).

Adapun Beberapa hal terkait kelebihan dan kekurangan aplikasi bebaya akan dijelaskan lebih lanjut oleh Bapak Suparmin, SE, M.eng. Sebagai Kepala Bidang Aplikasi dan Layanan *E-Government* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda yang juga sebagai key informan sebagai berikut:

“Untuk kelebihanannya gratis tidak ada biaya apapun bagi pelaku UMKM. Aplikasi bebaya juga bekerjasama dengan pelaku usaha dan kurir lokal Kota Samarinda. Untuk kelemahannya sendiri, Diskominfo Kota tidak memiliki anggaran khusus untuk melakukan pengembangan aplikasi bebaya seperti memberi diskon atau gratis ongkir...” (Wawancara Rabu, 09 Februari 2022)”

Meskipun begitu aplikasi bebaya masih memiliki kelemahan, seperti yang disampaikan oleh Aditya Pradana selaku pemilik *D'Seaque Seafood* yang juga merupakan mitra aplikasi bebaya menjelaskan sebagai berikut:

“Bebaya memiliki kelebihan dibanding aplikasi lain yaitu aplikasi bebaya tidak

ada menarik potongan seperti marketplace lain. Namun untuk kekurangan yang kami rasakan lebih pada sosialisasi, karena masyarakat masih minim yang menggunakan. Saya merasa cukup terbantu karena pemerintah sudah memfasilitasi dan sama sekali tidak ada biaya tambahan. (Wawancara Jumat, 18 Februari 2022).”

Aplikasi Bebaya di Kota Samarinda telah memberikan beberapa keuntungan bagi pengguna, seperti tidak dikenakan biaya oleh pelaku UMKM, memfasilitasi kerjasama dengan kurir lokal, dan membantu meningkatkan ekonomi kota. Aplikasi ini juga mudah digunakan dan mendapat respon positif dari masyarakat. Namun, masih terdapat kekurangan seperti kurangnya pengetahuan masyarakat tentang inovasi ini dan kurangnya sosialisasi dari pemerintah Kota Samarinda.

III.1.2. *Relative Advantage* (Keuntungan Relatif)

Inovasi aplikasi bebaya hadir sebagai pembaharuan berdasarkan kebutuhan masyarakat dan mengambil nilai-nilai di masyarakat. Menurut Roberts pemberdayaan masyarakat merupakan suatu konsep pembangunan ekonomi yang menganut nilai-nilai sosial (Hamid, 2018).

Bapak Dadi Sutrisno, S.Kom. selaku Kepala Seksi Ekosistem TIK Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda menjelaskan sebagai berikut:

“Sebelumnya, Pemerintah Kota Samarinda memiliki website “Samarinda Mart” yang bekerjasama dengan Bank BNI melalui program CSR. Namun, pengembangan website ini menghadapi kendala dalam menindaklanjuti masalah-masalah dari masyarakat dan melibatkan pihak ketiga. Oleh karena itu, Diskominfo mengembangkan aplikasi “Behambinan” yang kemudian diubah menjadi “Bebaya” sesuai dengan arahan dari walikota baru. Aplikasi Bebaya bertujuan untuk meningkatkan konsep gotong royong antara pemerintah Kota Samarinda dan pelaku UMKM dalam mendukung ekonomi kota Samarinda (Wawancara Rabu, 09 Februari 2022).”

Inovasi ini merupakan pembaharuan dari program sebelumnya melihat dengan penggunaan *mobile* lebih mudah, sehingga ada perubahan dari program sebelumnya yang berbasis *website* menjadi aplikasi. Selain itu, inovasi aplikasi bebaya terus menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan permasalahan di masyarakat. Dengan dilakukannya pembaharuan yang dilakukan pemerintah Kota Samarinda. Mulai dari program *marketplace* berbasis *website* pada tahun 2017, hingga pada tahun 2020 dihadirkan *marketplace* berbasis aplikasi dalam hal merespon pandemi Covid-19 dan lebih memudahkan masyarakat mengakses.

Selain itu penulis juga melakukan wawancara bersama Aditya Pradana selaku pemilik *D'Seaque Seafood* yang juga merupakan mitra aplikasi bebaya sebagai berikut:

“Untuk kesesuaian nilai gotong royongnya masih agak kurang sih kalau menurut saya, dukungan dari OPD masih belum maksimal. Mungkin bisa kita lihat nanti karena baru terjadi re-branding dari behambinan ke bebaya ini. Dulu ada program dari BKKBN yang selalu membeli kebutuhan makanan dan minuman melalui UMKM binaan. Harapannya program seperti itu bisa di masifkan di seluruh OPD Pemkot yang selalu membeli di aplikasi bebaya mart. Sebenarnya bagus kehadiran inovasi ini sesuai kebutuhan masyarakat, karena awalnya untuk membantu di masa pandemi covid-19 (Wawancara Jumat, 18 Februari 2022).”

Diskominfo Kota Samarinda melakukan perencanaan inovasi aplikasi bebaya dengan melihat kesesuaian dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dengan mengusung bersama-sama saling membantu perekonomian di Kota Samarinda. Selain itu aplikasi bebaya tidak meninggalkan produk terdahulu, yang dapat diketahui bahwa aplikasi bebaya merupakan pengembangan dari program pemerintah Kota Samarinda sebelumnya. Masyarakat Kota Samarinda juga merasa bahwa inovasi aplikasi bebaya telah sesuai dengan nilai-nilai dan kebutuhan di masyarakat. Namun penerapannya dirasa masih belum maksimal, karena belum semua masyarakat Kota Samarinda menggunakan aplikasi ini dan dukungan dari Organisasi Perangkat Daerah (OPD) belum menyeluruh untuk menggunakan aplikasi bebaya.

III.1.3. Complexity (Kerumitan)

Dengan adanya kebaruan, maka sebuah inovasi memiliki tingkat kerumitan yang tinggi dari produk sebelumnya. Namun dikarenakan sebuah inovasi akan menawarkan kemudahan yang lebih baik, maka tingkat kerumitan biasanya bukan menjadi masalah yang penting (Hutagalung & Hermawan, 2018).

Pihak Diskominfo menjelaskan tidak ada kerumitan berarti dalam pelaksanaan Inovasi aplikasi bebaya. Dijelaskan oleh Bapak Suparmin, SE, M.eng. Sebagai Kepala Bidang Aplikasi dan Layanan E-Government Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda sebagai berikut:

“Karena dikembangkan sendiri sebenarnya lebih mudah kita melakukan perubahan. Namun memang dikarenakan kurangnya anggaran sehingga beberapa tampilan mungkin kurang maksimal karena kita tidak menggunakan yang berbayar. Contohnya seperti penggunaan peta pada beberapa aplikasi lain menggunakan Google Maps yang berbayar, kalau aplikasi bebaya mart menggunakan leaflet yang gratis penggunaannya. Namun pembeda dari inovasi ini merupakan program pemerintah yang gratis sepenuhnya dalam penggunaannya (Wawancara, Rabu 09 Februari 2022).”

Inovasi aplikasi bebaya juga menimbulkan kerumitan di awal bagi pelaku UMKM dan masyarakat pengguna aplikasi, dikarenakan butuh adaptasi dalam penggunaannya, Ibu Rusmini Frasina selaku pemilik dari Cemilan Diva Mas Samarinda sebagai berikut:

“Kerumitannya aplikasinya masih sering eror dan untuk komunikasi dengan kurir ketika ada orderan masuk agak sulit, penjual hanya menunggu kurir duluan menghubungi kami di Whatsapp seperti itu si. Terlepas dari itu aplikasi bebaya juga sering melakukan pembaharuan untuk bisa menanggulangi masalah yang terjadi di aplikasi. Namun terkait tidak ada persenan itu ya, cukup membantu sebenarnya bagi pelaku usaha kecil (Wawancara Jumat, 18 Februari 2022).”

Inovasi aplikasi bebaya dikembangkan sendiri sehingga lebih mudah untuk melakukan perubahan di dalamnya. Namun dikarenakan dalam pengembangan aplikasi bebaya hanya menggunakan fitur gratis, sehingga dalam penggunaan fitur aplikasi bebaya masih belum maksimal dibanding dengan aplikasi lain. Aplikasi bebaya juga memberikan keleluasan bagi pelaku usaha untuk mengelola tokonya di aplikasi bebaya dan tidak ada pajak yang harus dibayarkan.

III.1.4. Triability (Kemungkinan Dicoba)

Inovasi baru dapat diterima jika telah teruji dan terbukti praktis dan bermanfaat dibandingkan produk sebelumnya. Dengan demikian, sebuah inovasi harus lulus uji publik (Hutagalung & Hermawan, 2018).

Lebih lanjut dijelaskan oleh Bapak Dadi Sutrisno, S.Kom. selaku Kepala Seksi Ekosistem TIK Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda terkait kemungkinan dicoba sebagai berikut:

“Dalam proses uji coba, internal kami mencoba terlebih dahulu menggunakan aplikasi ini, seperti membeli dan melakukan transaksi sebelum disebarluaskan di masyarakat. Pemerintah sendiri berusaha untuk memberikan keuntungan maksimal bagi pelaku UMKM dan masyarakat dengan tidak adanya biaya administrasi dan sebagainya. Aplikasi bebaya mendapat respon cukup baik dari pelaku UMKM dan masyarakat dapat merasa terbantu (Wawancara, 09 Februari 2022).”

Selanjutnya pendapat ahli menyatakan pelaksanaan e-government berupa elektronik layanan dan aplikasi yang dapat menghasilkan partisipasi masyarakat yang lebih tinggi yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat (Indrayani, 2020). Hal ini selaras bahwa inovasi aplikasi bebaya dalam hal sumber daya memiliki jumlah yang cukup besar berkenaan dengan pelaku UMKM yang terdampak pandemi Covid-19 dan telah diberikan fasilitas pemerintah Kota Samarinda berupa aplikasi jual beli yang dapat diakses dengan mudah melalui *playstore* di masing-masing gawai pelaku UMKM dan masyarakat.

Adapun penjelasan terkait kemungkinan dicoba aplikasi bebaya menurut ibu Rusmini Frasina sebagai pemilik cemilan diva mas samarinda sebagai berikut:

“Masyarakat kota samarinda sebenarnya bisa mencoba aplikasi bebaya karena memang cukup mudah untuk menggunakannya. Namun memang butuh promosi lagi

dan disempurnakan agar dapat digunakan serta dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat. (Wawancara Jumat, 18 Februari 2022)."

Program ini telah dengan mudah diakses dan dirasakan manfaatnya oleh pelaku UMKM dan masyarakat, namun memang ketidaktahuan dari masyarakat sehingga pelaksanaannya belum maksimal. Inovasi bebaya juga selaras dengan salah satu misi dari Diskominfo Kota Samarinda yang pada poin dua menyatakan "Meningkatkan kapasitas sumber daya dan pemberdayaan potensi masyarakat serta kerjasama lembaga komunikasi dan informatika". Hal ini berkenaan dengan inovasi aplikasi bebaya sebagai upaya melaksanakan pemberdayaan potensi masyarakat dalam hal mengembangkan ekonomi kerakyatan terkhusus pada pelaku UMKM.

III.1.5. *Observability* (Kemudahan Diamati)

Definisi paling sederhana adalah bahwa inovasi sektor publik adalah tentang ide-ide baru yang bekerja di menciptakan nilai publik. Ide-idenya harus setidaknya sebagian baru (bukan perbaikan); inovasi harus dilaksanakan (tidak hanya sekedar menjadi ide bagus); dan inovasi harus berguna bagi penerima (Bloch & Bugge, 2013).

Terkait kemudahan diamati penggunaan inovasi aplikasi bebaya lebih lanjut dijelaskan oleh Bapak Suparmin, SE, M.eng. Sebagai Kepala Bidang Aplikasi dan Layanan *E-Government* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda sebagai berikut:

"Tentu akan lebih mudah diamati, hal ini karena kita memiliki dashboard untuk melihat proses jual beli dan sebagainya. Kebermanfaatan dari aplikasi ini Adanya wadah bagi masyarakat untuk bersama sama membantu di sektor ekonomi. Terutama bangkit dari pandemi Covid-19. Selain itu adanya kehadiran kios inflasi digital untuk menjaga inflasi di Kota Samarinda (Wawancara Rabu, 09 Februari 2022)."

Adapun pendapat Rogers bahwa suatu inovasi harus dapat diamati, untuk melihat bahwa inovasi tersebut hadir di tengah masyarakat dan dapat menghasilkan manfaat. Semakin mudah masyarakat melihat dan merasakan inovasi, maka inovasi akan diterima dan digunakan masyarakat lebih luas (Hutagalung & Hermawan, 2018). Melihat dari pendapat tersebut Diskominfo Kota Samarinda sebagai pelaksana aplikasi tidak mengalami berarti dikarenakan dalam tahap perumusan dan pelaksanaan dikembangkan sendiri. Serta proses transaksi dapat dilihat melalui *dashboard* aplikasi bebaya. Masyarakat pengguna juga tidak butuh lama beradaptasi dengan aplikasinya karena tampilannya yang mudah. Serta telah menghadirkan kebermanfaatan bagi penggunaannya.

III.2. Faktor Penghambat Inovasi Aplikasi Bebaya Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda

Berdasarkan hasil wawancara terkait faktor penghambat inovasi aplikasi bebaya oleh Bapak Suparmin, SE, M.eng. Sebagai Kepala Bidang Aplikasi dan Layanan *E-Government* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda sebagai berikut:

"Faktor paling mendasar adalah koordinasi antar internal pemerintah Kota Samarinda, tentu seharusnya pelaksanaan aplikasi bebaya ini bukan hanya dari Dinas Komunikasi dan Informatika saja. Sebenarnya ada upaya untuk mengajak mengelola bersama namun terkendala komunikasi. (Wawancara Rabu, 09 Februari 2022)."

Dari wawancara tersebut dapat dikatakan belum adanya komunikasi dan koordinasi antar Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di lingkungan Pemerintah Kota Samarinda untuk bersama-sama dalam mengembangkan aplikasi bebaya sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya. Hal ini selaras dengan teori level inovasi Mulgan dan Albury pada level transformatif atau sistematis yang dimana pada inovasi ini menyebabkan perubahan organisasi yang drastis, jenis inovasi ini membutuhkan waktu lebih lama dan membutuhkan perubahan mendasar dalam struktur organisasi, budaya, dan sosial (Eriza et al., 2021). Melihat hal ini, dari faktor penghambat inovasi aplikasi bebaya. Pemerintah Kota Samarinda belum dapat sepenuhnya mendorong kerjasama di internal OPD. Meskipun sudah bermitra dengan pelaku UMKM dan kurir lokal Kota Samarinda.

Selanjutnya pengetahuan dan partisipasi masyarakat Kota Samarinda dalam menggunakan aplikasi bebaya masih belum maksimal. Hal ini membuat pasar atau pembeli pada aplikasi bebaya belum luas dan masih jauh tertinggal dengan aplikasi *marketplace* lain.

Dijelaskan oleh Aditya Pradana selaku pemilik *D'Seaque Seafood* yang juga merupakan mitra aplikasi bebaya menjelaskan:

"Hal utama tentu karena partisipasi masyarakat pengguna masih minim. sehingga aplikasi bebaya ini belum bisa menjadi tempat jualan online utama kami bagi pelaku UMKM (Wawancara Jumat, 18 Februari 2022)."

Rogers menyatakan Pada tahap penyebarluasan inovasi terdapat kerangka difusi inovasi berkaitan dengan kecepatan relatif di mana suatu inovasi diadopsi oleh anggota sistem sosial, mewakili seberapa cepat ide atau teknologi baru itu tersebar di seluruh konteks sosial tertentu (Vargo et al., 2020). Masyarakat memiliki kebebasan untuk memilih menggunakan atau tidak menggunakan aplikasi bebaya sebagai pasar digital di Kota Samarinda. Meskipun aplikasi bebaya hadir sebagai salah satu solusi, banyaknya opsi transaksi jual beli digital lain membuat inovasi ini tidak menjadi pilihan utama. Selain itu, beberapa masyarakat lebih memilih berbelanja secara langsung di tempat jual beli konvensional. Selain itu pendapat lain menyatakan bahwa salah satu hambatan spesifik karakteristik inovasi yang paling sering terjadi adalah ketidakcocokan, yang terungkap ketika sebuah inovasi tidak 'konsisten dengan beberapa hal seperti nilai-nilai, pengalaman masa lalu dan kebutuhan pengadopsi potensial (Cinar et al., 2019).

Sosialisasi dan promosi yang dilakukan Pemerintah Kota Samarinda terkait inovasi aplikasi bebaya dirasa masih belum maksimal, sehingga inovasi ini belum tersampaikan di semua elemen masyarakat.

Ibu Rusmini Frasisna selaku pemilik dari Cemilan Diva Mas Samarinda menambahkan terkait faktor penghambat inovasi aplikasi bebaya *"Promosi dan sosialisasi masih kurang membuat banyak orang belum tahu. Dibutuhkan cara-cara yang lebih kreatif yang harus dilakukan pemerintah (Wawancara Jumat, 18 Februari 2022)."*

Pada proses pengembangan inovasi terdapat komersialisasi yang dianggap sebagai produksi, pengemasan, dan distribusi suatu inovasi. Namun, dalam kasus sektor publik, komersialisasi adalah distribusi dan konsumsi berkaitan dengan inovasi oleh masyarakat itu sendiri (Prakoso, 2020). Pemerintah Kota Samarinda perlu menyebarkan inovasi tanpa keuntungan dan tetap menggunakan pendekatan inovatif yang tidak monoton. Namun, Diskominfo Kota Samarinda memiliki keterbatasan dalam melakukan sosialisasi yang inovatif karena bertanggung jawab hanya dalam pengembangan inovasi. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang inklusif agar sosialisasi kepada masyarakat dapat efektif disampaikan. Adapun pendapat lain menyatakan inovasi dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang material atau konseptual yang merupakan ide baru atau ide yang dianggap baru oleh masyarakat. Sistem difusi kemudian menjadi bentuk komunikasi tentang hal baru itu "ide" di antara anggota sistem sosial (Meredith et al., 2021).

Berikutnya, kehadiran aplikasi bebaya mengalami penurunan transaksi hingga saat ini karena tidak konsistennya dalam mengembangkan dan memasarkan produk inovasi. Padahal pada awal kemunculannya aplikasi bebaya sempat mengalami kenaikan transaksi dikarenakan momentum bulan puasa yang pada saat itu ditiadaknya pasar ramadhan di Kota Samarinda.

Dijelaskan oleh Aditya Pradana selaku pemilik *D'Seaque Seafood* yang juga merupakan mitra aplikasi bebaya menjelaskan:

"Aplikasi ini mengalami penurunan penjualan yang signifikan, padahal awal kemunculannya sangat ramai pembeli. Mungkin tidak konsisten untuk melakukan pengembangan dan promosi dari pemerintah itu sendiri ya (Wawancara Jumat, 18 Februari 2022)."

Selaras dengan pendapat ahli yang menyatakan komersialisasi dapat dianggap sebagai produksi, pengemasan, dan distribusi suatu inovasi. Namun, dalam kasus sektor publik, komersialisasi dianalogikan sebagai proses penyebarluasan inovasi

(Jalma et al., 2019). Samarinda telah melakukan komersialisasi dengan tidak memungut biaya apapun, namun tidak dapat merespon momentum lain yang ada di masyarakat seperti yang terjadi pada awal kemunculan aplikasi bebaya. Sehingga aplikasi bebaya tidak menjadi pilihan utama bagi masyarakat dan pelaku UMKM di Kota Samarinda.

Selanjutnya berdasarkan pengamatan penulis, aplikasi bebaya belum dapat diakses oleh seluruh kalangan masyarakat Kota Samarinda. Hal ini dikarenakan aplikasi bebaya hanya tersedia di gawai berbasis android. Sehingga masyarakat yang menggunakan gawai dengan sistem operasi berbeda akan sulit bahkan tidak dapat mengakses aplikasi bebaya. Salah satu pilar pelaksanaan *e-government* adalah *information dissemination (catalogue)*. Penekanan dari pilar ini adalah konten yang dipublikasikan, serta aspek *usability* dan *accessibility* dari konten tersebut. Evaluasi atau penilaian pilar harus memperhatikan bahwa konten yang dipublikasikan bisa diakses dan berguna terhadap masyarakat luas (Irawan & Hidayat, 2021). Dari pendapat tersebut, perkembangan inovasi aplikasi bebaya masih belum maksimal pada segi akses yang dimana kemungkinan aplikasi bebaya digunakan oleh masyarakat Kota Samarinda belum inklusif.

IV. Kesimpulan

Aplikasi bebaya dikembangkan oleh Diskominfo Kota Samarinda dengan karakteristik yang mempengaruhi adopsi inovasi. Aplikasi ini memberikan manfaat bagi pelaku UMKM dengan tidak adanya potongan bagi hasil dan menggunakan kurir lokal. Perencanaan inovasi didasarkan pada hasil produk sebelumnya dan nilai kebersamaan dalam masyarakat.

Namun, terdapat beberapa hambatan dalam pengembangan inovasi ini. Kurangnya komunikasi dan koordinasi antar OPD Kota Samarinda mempengaruhi pengembangan inovasi secara maksimal. Selain itu, pengetahuan dan partisipasi masyarakat tentang aplikasi bebaya masih kurang. Sosialisasi dan promosi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Samarinda juga belum maksimal. Selain itu, aplikasi ini baru tersedia di gawai berbasis *playstore*.

Dalam rangka mempercepat adopsi inovasi, perlu dilakukan perbaikan komunikasi dan koordinasi antar OPD Kota Samarinda. Hal ini penting agar semua pihak dapat bersama-sama mengembangkan inovasi dengan lebih maksimal. Selain itu, sosialisasi dan promosi yang lebih efektif diperlukan untuk meningkatkan pengetahuan dan partisipasi masyarakat terhadap aplikasi bebaya. Pemerintah Kota Samarinda perlu meningkatkan upaya dalam hal komunikasi, koordinasi, sosialisasi, dan promosi agar inovasi aplikasi bebaya dapat diadopsi secara luas dan efektif oleh masyarakat.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Administrasi Publik Universitas Mulawarman dan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat atas segala bentuk dukungan yang telah diberikan sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik. Selain itu ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Pemerintah Kota Samarinda terkhusus Diskominfo Kota Samarinda.

Daftar Referensi

- Aldania, A., & Niswah, F. (2021). Strategi Kompetitif Melalui Program Pahlawan Ekonomi Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi pada Pemerintah Kota Surabaya). *Publika Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 9(2), 137–148. <https://doi.org/10.26740/publika.v9n2.p137-148>.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233–247. <https://www.jurnal.plb.ac.id/index.php/atrabis/article/view/512>.
- Arifqi, M. M., & Junaedi, D. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 192–205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.311>.
- Ayush, G. K., & Gowda, R. (2020). a Study on Impact of Covid-19 on Digital Marketing: Paradigm Shift in Consumer Behaviour ... *Vidyabharati International Interdisciplinary Research Journal*, December, 225–228. <https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.5553256>.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Ekonomi Indonesia Tahun 2022 Tumbuh 5,31 Persen*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/02/06/1997/ekonomi-indonesia-tahun-2022-tumbuh-5-31-persen>.

- html#:~:text=Ekonomi Indonesia tahun 2022 tumbuh sebesar 5%2C31 persen%2C lebih,Pergudangan sebesar 19%2C87 persen.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2021). *Ekonomi Indonesia 2020 Turun sebesar 2,07 Persen (c-to-c)*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>.
- Bekkers, V., & Tummers, L. (2018). Innovation in the public sector: Towards an open and collaborative approach. *International Review of Administrative Sciences*, 84(2), 209–213. <https://doi.org/10.1177/0020852318761797>.
- Bloch, C., & Bugge, M. M. (2013). Public sector innovation — From theory to measurement &. *Structural Change and Economic Dynamics*, 27, 133–145. <https://doi.org/10.1016/j.strueco.2013.06.008>.
- Cinar, E., Trott, P., & Simms, C. (2019). A systematic review of barriers to public sector innovation process. *Public Management Review*, 21(2), 264–290. <https://doi.org/10.1080/14719037.2018.1473477>.
- Clarke, A. (2020). Digital government units: what are they, and what do they mean for digital era public management renewal? *International Public Management Journal*, 23(3), 358–379. <https://doi.org/10.1080/10967494.2019.1686447>.
- Creswell W, J. (2014). *Research Design (Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches)*. In Sage Publications (4th ed.). <https://doi.org/10.1080/14675980902922143>.
- Diskominfo Kaltim. (2021). *UMKM Yang Terdampak Covid Mendapat Bantuan*. <https://diskominfo.kaltimprov.go.id/berita/umkm-yang-terdampak-covid-mendapat-bantuan>.
- Eriza, A., Yoserizal, & Putera, R. E. (2021). Inovasi Pelayanan Publik Berbasis Android ‘Paga Nagari’ Di Polres Solok Kota. *Jurnal Manajemen Publik Dan Kebijakan Publik (JMPKP)*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.36085/jmpkp.v3i2.1229>.
- Hamid, H. (2018). *Manajemen Pemberdayaan Masyarakat*. De La Macca. <http://eprints.ipdn.ac.id/5504/>.
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2021). Pemanfaatan digital marketing oleh pelaku UMKM di Kuningan Barat, Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 12–20. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas/article/view/1496>.
- Hardiyanti, Y. F., & Ma'aruf, M. F. (2021). Kajian Pemberdayaan Masyarakat Melalui BANGKODIR (Bangil Kota Bordin) Di Kelurahan Pogar Kecamatan Bangil Kabupaten Pasuruan. *Publika Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 9(1), 171–184. <https://doi.org/10.26740/publika.v9n1.p171-184>.
- Hasan, M., Dzakiyyah, A., Kumalasari, D. A., Safira, N., & Aini, S. N. (2021). Transformasi Digital UMKM Sektor Kuliner Di Kelurahan Jatinegara, Jakarta Timur. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 135–150. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i2.2529>.
- Hutagalung, S. S., & Hermawan, D. (2018). Membangun Inovasi Pemerintah Daerah. In Deepublish. Deepublish. <http://repository.lppm.unila.ac.id>.
- Indrayani, E. (2020). E-government Konsep, Implementasi dan Perkembangannya di Indonesia (Issue February). LPP Balai Insan Cendekia. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1293413>.
- Irawan, B., & Hidayat, M. N. (2021). *E- Government : Konsep, Esensi dan Studi Kasus*. https://repository.unmul.ac.id/bitstream/handle/123456789/15689/Unesco_E-Government.pdf?sequence=1.
- Jalma, H., Putera, R. E., & Kusdarini, K. (2019). E-Government dengan Pemanfaatan Web OpenSID dalam Pelayanan Publik di Nagari Tanjung Haro Sikabu-kabu Padang Panjang. *Publik (Jurnal Ilmu Administrasi)*, 8(1), 24. <https://doi.org/10.31314/pjia.8.1.24-37.2019>.
- Khie, K. (2022). Impact and Challenges of Digital Marketing in Healthcare Industries during Digital Era and Covid-19 Pandemic. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(5), 112–118. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v3i5.408>.
- Macella, A. D. R., Najamudin, N., Handayani, S. W., & Juraida, I. (2021). Inovasi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Aceh Kreatif Untuk Mengurangi Kemiskinan di Aceh. *Jurnal Public Policy*, 7(1), 75–82. <https://doi.org/10.35308/jpp.v7i1.3095>.
- Manoharan, A. P., & Ingrams, A. (2018). Conceptualizing E-Government from Local Government Perspectives. *State and Local Government Review*, 50(1), 56–66. <https://doi.org/10.1177/0160323x18763964>.
- Mardikanto, T., & Soebianto, P. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Alfabeta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=912575>.
- Meredith, G. R., Brunson, M. W., & Hardegree, S. P. (2021). Management Innovations for Resilient Public Rangelands: Adoption Constraints and Considerations for Interagency Diffusion. *Rangeland Ecology and Management*, 75, 152–160. <https://doi.org/10.1016/j.rama.2021.01.002>.
- Naimah, R. J., Wardana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>.
- Nassaji, H. (2015). Qualitative and descriptive research: Data type versus data analysis. *Language Teaching Research*, 19(2), 129–132. <https://doi.org/10.1177/1362168815572747>.
- Nurhayoko, G. E., Pramudita, A., & Nugroho, R. B. B. (2020). *Inovasi Birokrasi (Membuat Kerja Birokrat Lebih Bermakna)*. Kepustakaan Populer Gramedia. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1305268>.
- Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Kota Samarianda. (2021). *42.805 UMKM Terdampak Covid-19 Diguyur Bantuan Tunai Rp51 Miliar*. <https://ppid.samarindakota.go.id/berita/kabar-pemerintahan/42805-umkm-terdampak-covid-19-diguyur-bantuan-tunai-rp51-miliar>.
- Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur. (2022). *IKN, PELUANG USAHA BAGI UMKM*. <https://www.kaltimprov.go.id/berita/ikn-peluang-usaha-bagi-umkm>.
- Prakoso, C. T. (2020). Inovasi Layanan Publik Di Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kabupaten Kutai Kartanegara Dalam Perspektif Digital Government. *Jurnal Paradigma*, 9(2), 131–146. <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/JParadigma/article/view/5486>.
- Pramesti, P., Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Munawar, Z. (2021). Transformasi Bisnis Digital UMKM Bola Ubi Kopong di Masa Pandemi Covid-19. *ATRBIS : Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 112–119. <https://doi.org/10.38204/atrbis.v7i2.700>.

- Putera, P. B., Arifin, M., Zulhamdani, M., Mulatsih, S., Indraprahasta, G. S., Asmara, A. Y., & Oktaviyanti, D. (2014). *Kebijakan Inovasi di Daerah dalam Tatahan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002: Konsep dan Implementasinya di Jawa timur dan Jawa Tengah*. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI). <https://lipipress.lipi.go.id/detailpost/kebijakan-inovasi-di-daerah-dalam-tatanaan-undangundang-nomor-18-tahun-2002>.
- Redjeki, F., & Affandi, A. (2021). Utilization of *Digital Marketing* for MSME Players as Value Creation for Customers during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Science and Society*, 3(1), 40–55. <https://doi.org/10.54783/ijss.v3i1.264>.
- Rizwan, A. (2023). Digital Governance Initiatives in Pakistan to Combat COVID-19: Current Developments and Challenges for a Sustainable Future. *Journal of Development and Social Sciences*, 4(I). [https://doi.org/10.47205/jdss.2023\(4-i\)08](https://doi.org/10.47205/jdss.2023(4-i)08).
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk Penelitian Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, interaktif dan Konstruktif)*. Alfabeta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1085072>.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak COVID-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/607>.
- Tiwari, S. P. (2022). Organizational Competitiveness and Digital Governance Challenges. *Archives of Business Research*, 10(03), 165–170. <https://doi.org/10.14738/abr.1003.12016>.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2022). *ASEAN Investment Report 2022 - Pandemic Recovery and Investment facilitation* (Issue October). <https://asean.org/book/asean-investment-report-2022/>.
- Vargo, S. L., Akaka, M. A., & Wieland, H. (2020). Rethinking the process of diffusion in innovation: A service-ecosystems and institutional perspective. *Journal of Business Research*, 116(December 2018), 526–534. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.038>.
- Widagdo, D. D. P. (2021). Upaya Digitalisasi Oleh Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Dalam Rangka Pemberdayaan Usaha Mikro Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah. *IPDN Jatinangor*. <http://eprints.ipdn.ac.id/6081/>.
- Yen, W. T. (2020). Taiwan's COVID-19 Management: Developmental State, Digital Governance, and State-Society Synergy. *Asian Politics and Policy*, 12(3), 455–468. <https://doi.org/10.1111/aspp.12541>.