
INOVASI TEKNOLOGI DALAM MENDORONG KEWIRAUUSAHAAN PUBLIK DI DESA MORI, KEC. TRUCUK, KABUPATEN BOJONEGORO)

Oleh

Heny Suhindarno¹, Musta' Ana², Lita Tri Cahyaningrum³

^{1,2}Administrasi Publik, Universitas Bojonegoro

Email: ¹hsuhindarno@gmail.com, ²anarochim@gmail.com, ³Litaticahya14@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran inovasi teknologi dalam mendorong kewirausahaan publik, dengan studi kasus pada pelaku usaha crochet homemade di Desa Mori, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Bojonegoro. Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus digunakan untuk memahami secara mendalam bagaimana pelaku usaha memanfaatkan teknologi digital dalam produksi dan pemasaran produk kerajinan tangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce secara signifikan memperluas jangkauan pasar, meningkatkan produktivitas, dan membuka peluang ekonomi baru, khususnya bagi perempuan di wilayah pedesaan. Meskipun demikian, penelitian juga menemukan adanya hambatan yang bersifat struktural, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan akses terhadap modal usaha, serta kurangnya pendampingan kebijakan secara berkelanjutan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan integrasi teknologi dalam kewirausahaan publik sangat dipengaruhi oleh kesiapan sosial, dukungan kelembagaan, serta kebijakan publik yang adaptif. Oleh karena itu, sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan institusi pendidikan sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem usaha mikro yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis teknologi.

Kata Kunci: Inovasi Teknologi, Kewirausahaan Publik, UMKM, Crochet, Desa, Administrasi Publik

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi telah menjadi pendorong utama dalam berbagai sektor, termasuk kewirausahaan publik. Kewirausahaan publik berfokus pada pengembangan inisiatif yang tidak hanya menghasilkan profit, tetapi juga memberikan manfaat sosial dan lingkungan. Salah satu bentuk kewirausahaan yang mulai berkembang adalah pembuatan produk kerajinan tangan, seperti crochet homemade. Produk ini tidak hanya memiliki nilai estetika tetapi juga dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat.

Penggunaan teknologi dalam pembuatan crochet homemade membuka peluang baru bagi pengusaha lokal untuk memperluas pasar mereka. Dengan

memanfaatkan platform digital, pengrajin dapat menjangkau konsumen di berbagai wilayah, bahkan internasional. Hal ini sejalan dengan tujuan kewirausahaan publik yang ingin memberdayakan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana teknologi dapat digunakan untuk mendukung usaha-usaha kecil dan menengah dalam sektor ini.

Peran teknologi dalam mendorong kewirausahaan publik, khususnya dalam konteks pembuatan crochet homemade. Kewirausahaan publik merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan ekonomi masyarakat, di mana individu atau kelompok berusaha menciptakan nilai tambah melalui produk atau layanan yang inovatif. Dalam era

digital saat ini, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memberikan peluang yang signifikan bagi para wirausahawan untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha crochet homemade di Masyarakat.

Inovasi teknologi telah mengubah cara orang berinteraksi dengan pasar. Melalui platform digital, pengrajin crochet dapat memasarkan produk mereka secara online, menjangkau konsumen di berbagai belahan dunia tanpa batasan geografis. Hal ini sejalan dengan prinsip New Public Service (NPS) yang menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat dalam menciptakan nilai publik. Dengan memanfaatkan teknologi, pengrajin tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan mereka tetapi juga berkontribusi pada perekonomian lokal dan menciptakan lapangan kerja baru.

Perpaduan antara kewirausahaan dan pemasaran digital memang telah menjadi kekuatan transformative dalam lanskap bisnis kontemporer. Perpaduan ini telah dielajari dalam berbagai konteks dan menunjukkan hubungan yang signifikan antara keduanya (Sono et al., 2023).

Sebuah penelitian yang dilakukan di Desa Mori Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro, terhadap pengusaha kecil menengah menemukan bahwa pemasaran digital sangat mempengaruhi kewirausahaan. Menurut penelitian ini, menunjukkan bahwa kerangka teoritis berdampak langsung pada kewirausahaan. Sebagai contoh sebuah Perusahaan yang tidak menerapkan strategi pemasaran digital selama 30 tahun mengalami penurunan penjualan. Namun, setelah memutuskan untuk menerapkan strategi pemasaran digital, perusahaan tersebut merambah ke pasar baru dan mengalami pertumbuhan penjualan.

Untuk mendukung kewirausahaan, undang-undang seperti UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menetapkan kerangka hukum untuk membangun usaha kecil dan menengah sebagai pilar penting dalam perekonomian nasional. Undang-undang ini menekankan pentingnya pemberdayaan UMKM melalui akses ke pasar dan teknologi, yang sangat relevan dengan topik penelitian ini. Selain itu, UU Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian melakukan banyak hal untuk mendorong industri kreatif, seperti kerajinan tangan seperti crochet, untuk berkembang. Untuk meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global, undang-undang ini mendorong penggunaan teknologi dan inovasi dalam proses produksi. Dalam konteks penelitian ini, penggunaan teknologi dalam pembuatan crochet homemade dapat dianggap sebagai bentuk penerapan prinsip industri yang diatur oleh undang-undang tersebut. Selain itu, Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional memberikan dasar hukum yang penting untuk meningkatkan rasio kewirausahaan di Indonesia. Perpres ini menetapkan langkah-langkah dan kebijakan untuk membantu para wirausaha mendapatkan akses ke permodalan, pelatihan, dan dukungan infrastruktur. Dengan adanya kebijakan ini, pengrajin crochet dapat mengembangkan bisnis mereka secara luas. Lebih lanjut, UU Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) memberikan dasar hukum bagi wirausaha kecil untuk mendapatkan pembiayaan. Tujuan LKM adalah untuk meningkatkan kemampuan finansial pengrajin dengan memberikan layanan konsultasi bisnis dan pinjaman mikro. Ini sangat penting bagi pengrajin crochet karena mereka mungkin membutuhkan modal awal untuk memulai atau mengembangkan bisnis mereka.

Dalam konteks administrasi publik, peran pemerintah sangat penting dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi

perkembangan kewirausahaan. Kebijakan publik yang mendukung inovasi dan penggunaan teknologi dapat membantu para wirausahawan, terutama di sektor informal, untuk mengakses informasi, pelatihan, dan pasar. Dengan adanya dukungan dari pemerintah, diharapkan para pelaku usaha crochet homemade dapat lebih mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkan peluang yang ada. Penelitian ini juga akan membahas bagaimana kebijakan publik dapat diimplementasikan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan teknologi di kalangan wirausahawan.

Selanjutnya, penggunaan media sosial dan platform e-commerce menjadi salah satu aspek yang akan dianalisis dalam penelitian ini. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun komunitas dan jaringan antar wirausahawan. Dengan memanfaatkan platform digital, para pelaku usaha crochet homemade dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk mereka. Penelitian ini akan menggali lebih dalam tentang strategi pemasaran yang efektif melalui teknologi dan bagaimana hal tersebut dapat berkontribusi pada pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM) di sektor ini.

Selain itu, penelitian ini akan membahas masalah yang dihadapi wirausahawan saat menggunakan teknologi. Meskipun teknologi menawarkan banyak manfaat, beberapa pelaku usaha tidak memiliki akses yang sama terhadap sumber daya dan infrastruktur yang diperlukan. Kendala seperti kurangnya pengetahuan teknologi, keterbatasan finansial, dan akses internet yang tidak merata adalah beberapa hambatan yang perlu diatasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi bagi pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan program yang dapat membantu wirausahawan mengatasi tantangan ini.

Studi kasus ini bertujuan untuk menemukan strategi yang efektif untuk meningkatkan peran teknologi dalam kewirausahaan publik, khususnya dalam pembuatan tenun buatan sendiri. Hasilnya diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pemangku kepentingan, termasuk pengrajin, pembuat kebijakan, dan akademisi, tentang pentingnya adopsi teknologi untuk mendukung pertumbuhan kewirausahaan yang berkelanjutan dan bagaimana hal itu berdampak positif pada masyarakat.

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Inovasi

Kata inovasi berasal dari kata latin, “innovation” yang berarti pembaruan dan perubahan. Kata kerjanya “innova” yang artinya memperbarui dan mengubah. Inovasi dapat diartikan sebagai “proses” dan atau “hasil” pengembangan dan pemanfaatan atau mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologis) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang dan/atau jasa), proses, dan sistem yang baru, yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan (terutama ekonomi dan sosial).

Teori Inovasi menurut Rogers dalam Yogi Suwarno (2016), dengan Atribut Inovasi:

1. Relative Advantage atau Keuntungan Relatif

Sebuah inovasi harus mempunyai keunggulan dan nilai lebih dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Selalu ada sebuah nilai kebaruan yang melekat dalam inovasi yang menjadi ciri yang membedakannya dengan yang lain.

2. Compatibility atau Kesesuaian

Inovasi juga mempunyai sifat kompatibel atau kesesuaian dengan inovasi yang digantinya. Hal ini dimaksudkan agar inovasi yang lama tidak serta merta dibuang begitu saja, selain karena alasan faktor biaya yang tidak sedikit, namun juga inovasi yang lama menjadi bagian dari proses transisi ke inovasi terbaru. Selain itu juga dapat memudahkan proses adaptasi dan

proses pembelajaran terhadap inovasi itu secara lebih cepat.

3. Complexity atau Kerumitan

Dengan sifatnya yang baru, maka inovasi mempunyai tingkat kerumitan yang boleh jadi lebih tinggi dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Namun demikian, karena sebuah inovasi menawarkan cara yang lebih baru dan lebih baik, maka tingkat kerumitan ini pada umumnya tidak menjadi masalah penting.

4. Triability atau Kemungkinan dicoba

Inovasi hanya bisa diterima apabila telah teruji dan terbukti mempunyai keuntungan atau nilai lebih dibandingkan dengan inovasi yang lama. Sehingga sebuah produk inovasi harus melewati fase "uji publik" dimana setiap orang atau pihak mempunyai kesempatan untuk menguji kualitas dari sebuah inovasi.

5. Observability atau Kemudahan diamati

Sebuah inovasi harus juga dapat diamati, dari segi bagaimana ia bekerja dan menghasilkan sesuatu yang lebih baik.

Menurut Khairul Muluk dalam Retnowati WD Tuti (2017) terdapat 5 tipologi Inovasi yang ada didalam sektor publik:

- a. Inovasi Produk/Jasa pelayanan : perubahan bentuk dan desain produk atau layanan baru atau memperbarui layanan yang sudah ada.
- b. Inovasi Proses pelayanan: pembaruan kualitas yang berkelanjutan dan mengacu pada kombinasi perubahan organisasi, prosedur, dan kebutuhan kebijakan untuk berinovasi.
- c. Inovasi Metode pelayanan : Perubahan baru dalam hal berinteraksi dengan pelanggan atau cara baru dalam hal memberikan pelayanan.
- d. Inovasi Kebijakan : Mengacu pada visi, misi, tujuan dan strategi baru.
- e. Inovasi Sistem : Cara baru atau yang diperbarui dalam interaksi dengan aktor lain dengan kata lain adanya perubahan dalam tata kelola pemerintahan.

Inovasi, juga menjadi istilah yang kerap diartikan berbeda-beda oleh para ahli. Seperti Suryani (2008:304), yang menyebut Inovasi dalam konsep yang luas, tidak hanya terbatas pada produk. Inovasi dapat berupa ide, cara-cara ataupun obyek yang dipersepsikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru. Inovasi juga sering digunakan untuk merujuk pada perubahan yang dirasakan sebagai hal yang baru oleh masyarakat yang mengalami. Kata inovasi dapat diartikan sebagai "proses" atau "hasil" pengembangan dan atau pemanfaatan atau mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologis) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk, proses yang dapat memberikan nilai yang lebih berarti. Menurut Vontana (2009:20), inovasi adalah kesuksesan ekonomi dan sosial berkat diperkenalkannya cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi input menjadi output yang menciptakan perubahan besar dalam hubungan antara nilai guna dan harga yang ditawarkan kepada konsumen dan/atau pengguna, komunitas, sosietas dan lingkungan.

Sementara Rosenfeld dalam Sutarno (2012:132), inovasi adalah transformasi pengetahuan kepada produk, proses dan jasa baru, tindakan menggunakan sesuatu yang baru. Sementara inovasi organisasi menurut Sutarno (2012:134-135) didefinisikan sebagai cara-cara baru dalam pengaturan kerja, dan dilakukan dalam sebuah organisasi untuk mendorong dan mempromosikan keunggulan kompetitif. Inti dari inovasi organisasi adalah kebutuhan untuk memperbaiki atau mengubah suatu produk, proses atau jasa. Inovasi organisasi mendorong individu untuk berpikir secara mandiri dan kreatif dalam menerapkan pengetahuan pribadi untuk tantangan organisasi. Semua organisasi bisa berinovasi termasuk untuk organisasi perusahaan, rumah sakit, universitas, dan organisasi pemerintahan. Pentingnya nilai, pengetahuan dan

pembelajaran dalam inovasi organisasi sangat penting.

Adapun Yogi dalam LAN (2007:115), inovasi biasanya erat kaitannya dengan lingkungan yang berkarakteristik dinamis dan berkembang. Pengertian inovasi sendiri sangat beragam, dan dari banyak perspektif. Menurut Rogers dalam LAN (2007:115) menjelaskan bahwa inovasi adalah sebuah ide, praktek, atau objek yang dianggap baru oleh individu satu unit adopsi lainnya. Sedangkan menurut Damanpour bahwa sebuah inovasi dapat berupa produk atau jasa yang baru, teknologi proses produk yang baru, sistem struktur dan administrasi baru atau rencana baru bagi anggota organisasi.

Lebih lanjut Halvorsen (Yogi Suwarno. 2011), menjelaskan pula bahwa inovasi itu sendiri dapat dikategorikan menjadi seperti berikut ini:

- a. Incremental innovations and radical innovations. Inovasi ini berhubungan dengan tingkat keaslian (novelty) dari inovasi itu sendiri. Khususnya di sektor industri, kebanyakan inovasi bersifat perbaikan secara incremental
- b. Top-down innovations and bottom-up innovations. Ini untuk menjelaskan siapa yang memimpin proses perubahan perilaku. Maka top-down berarti manajemen atau organisasi atau hirarkhi yang lebih tinggi, sedangkan bottom-up merujuk pada pekerja atau pegawai pemerintah dan pengambil keputusan pada tingkat unit (mid-level policy makers).
- c. Needs-led innovations and efficiency-led innovation. Proses inovasi yang diinisiasi telah menyelesaikan permasalahan dalam rangka untuk meningkatkan efisiensi pelayanan, produk dan prosedur.

Mulgan dan Albury (2003), menyatakan bahwa inovasi yang sukses adalah merupakan kreasi dan implementasi dari proses, produk, layanan, dan metode pelayanan baru yang merupakan hasil pengembangan nyata dalam efisiensi, efektivitas atau kualitas hasil. Oleh karena itu inovasi telah berkembang jauh dari pemahaman awal yang hanya mencakup inovasi dalam produk (products & services) dan proses semata. Inovasi produk atau layanan berasal dari perubahan bentuk dan desain produk atau layanan, sementara inovasi proses berasal dari gerakan pembaruan kualitas yang berkelanjutan dan mengacu pada kombinasi perubahan organisasi, prosedur, dan kebijakan yang dibutuhkan untuk berinovasi.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa inovasi merupakan suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sebelumnya berupa hasil pemikiran dan ide yang dapat dikembangkan juga diimplementasikan agar dirasakan manfaatnya. Inovasi erat kaitannya teknologi dan informasi, khususnya internet, memiliki peranan penting dalam meningkatkan transparansi.

2.1.2 Inovasi Teknologi dalam Kewirausahaan
Inovasi teknologi dalam mendorong kewirausahaan publik semakin menjadi sorotan, terutama di era digital saat ini. Dalam konteks kewirausahaan pembuatan crochet homemade di Desa Mori, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Bojonegoro, teknologi telah menjadi pendorong utama yang mengubah cara pengrajin dalam memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan produk mereka. Dengan adanya akses internet dan perangkat digital, para pengrajin dapat memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan karya-karya crochet mereka. Hal ini tidak hanya memungkinkan mereka untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, tetapi juga membangun komunitas penggemar yang dapat memberikan umpan balik dan dukungan. Selain itu, penggunaan aplikasi e-commerce seperti Tokopedia dan

Bukalapak memudahkan para pengrajin untuk menjual produk mereka secara online, memperluas jangkauan pasar tanpa harus bergantung pada penjualan lokal saja.

Teknologi juga berperan dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi. Dalam pembuatan crochet, penggunaan alat-alat modern seperti mesin jahit dan perangkat lunak desain dapat membantu pengrajin dalam menciptakan produk yang lebih variatif dan berkualitas tinggi. Lebih jauh lagi, teknologi juga berkontribusi pada pengembangan jaringan kolaborasi antar pengrajin. Melalui forum online dan grup komunitas di media sosial, para pengrajin crochet di Desa Mori dapat saling berbagi pengalaman, tips, dan strategi pemasaran. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat ikatan antar pengrajin, tetapi juga menciptakan peluang untuk proyek bersama yang dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk mereka. Penelitian menunjukkan bahwa komunitas yang saling mendukung dapat mempercepat pertumbuhan kewirausahaan lokal dan menciptakan ekosistem yang lebih berkelanjutan. Dengan demikian, integrasi teknologi dalam kewirausahaan publik di Desa Mori tidak hanya meningkatkan aspek ekonomi, tetapi juga memberdayakan masyarakat untuk berinovasi dan beradaptasi dengan dinamika pasar yang terus berubah.

2.1.3 Kewirausahaan berbasis teknologi

Kewirausahaan berbasis teknologi merujuk pada proses menciptakan, mengembangkan, dan mengelola usaha yang memanfaatkan teknologi sebagai inti dari produk, layanan, atau proses bisnis. Dalam konteks ini, teknologi dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari perangkat keras (hardware) dan perangkat lunak (software), hingga platform digital dan inovasi dalam metode produksi. Kewirausahaan berbasis teknologi tidak hanya berfokus pada penciptaan produk baru, tetapi juga pada penerapan teknologi untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen.

Mengacu bahwa konsep teknologi dapat berfungsi sebagai pendorong utama dalam menciptakan dan mengembangkan usaha. Menurut (Schumpeter, 1942) kewirausahaan adalah proses inovasi yang melibatkan pengenalan produk, proses, atau cara baru dalam berbisnis. Dalam konteks administrasi publik, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berperan penting dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi operasional, yang memungkinkan pelaku usaha kecil untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan platform digital tidak hanya membantu pelaku usaha crochet dalam memasarkan produk mereka, tetapi juga dalam membangun jaringan sosial dan kolaborasi, yang merupakan aspek penting dalam pengembangan kewirausahaan. Dengan demikian, integrasi teknologi dalam kewirausahaan publik tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat.

Kewirausahaan adalah proses menemukan dan memanfaatkan peluang untuk membuat nilai. Dalam administrasi publik, kewirausahaan publik mengacu pada upaya individu atau kelompok untuk mendirikan bisnis yang menghasilkan keuntungan ekonomi dan sosial. (Drucker, 1985) mendefinisikan kewirausahaan sebagai tindakan kreatif yang memungkinkan pembuatan barang atau jasa baru. Penelitian ini menekankan kewirausahaan crochet rumahan untuk menunjukkan bagaimana orang dapat memanfaatkan keterampilan mereka untuk membuat bisnis yang berkelanjutan yang membantu pertumbuhan ekonomi lokal.

2.1.3 Model dan Strategi Pengembangan Usaha Kecil

Model pengembangan usaha kecil yang digunakan adalah pendekatan yang menyeluruh yang memasukkan elemen pemasaran, produksi, dan manajemen sumber daya. Menurut (Philip Kotler, 2016) sangat penting bagi usaha kecil untuk menggunakan strategi pemasaran yang efektif untuk memahami dan

memenuhi kebutuhan konsumen mereka. Penggunaan platform digital seperti media sosial dan e-commerce memungkinkan pengrajin kerajinan rumahan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan membangun merek yang kuat. Selain itu, melalui penggunaan alat bantu digital dan otomatisasi proses produksi, pengusaha dapat mengurangi biaya dan waktu produksi. Oleh karena itu, model pengembangan usaha kecil yang berbasis teknologi mengutamakan inovasi dan kreativitas, yang merupakan komponen penting dalam menghadapi persaingan di pasar. Strategi pengembangan usaha kecil dalam penelitian ini juga mencakup aspek kolaborasi dan jaringan sosial, yang merupakan elemen penting dalam administrasi publik. Menurut (Granovetter, 2018), hubungan sosial yang kuat dapat memfasilitasi pertukaran informasi dan sumber daya yang diperlukan untuk pengembangan usaha. Dalam konteks crochet homemade, pelaku usaha didorong untuk membangun jaringan dengan komunitas lokal, organisasi non-pemerintah, dan lembaga pemerintah yang dapat memberikan dukungan teknis dan akses ke sumber daya. Kebijakan publik yang mendukung kewirausahaan, seperti pelatihan keterampilan dan akses ke pembiayaan, juga berperan penting dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan usaha kecil. Dengan mengadopsi strategi yang mengedepankan kolaborasi dan pemanfaatan teknologi, penelitian ini menunjukkan bagaimana usaha kecil dapat berkembang secara berkelanjutan, meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian lokal, dan menciptakan lapangan kerja baru.

2.1.4 Pengembangan Ekonomi Berbasis Sumber Daya Lokal

Menekankan pentingnya memanfaatkan potensi sumber daya lokal sebagai pendorong utama dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Konsep ini sejalan dengan pendekatan ekonomi lokal yang diusulkan oleh (Porter, 1990), yang

menekankan bahwa keberhasilan suatu komunitas dalam mengembangkan ekonomi tidak hanya bergantung pada faktor eksternal, tetapi juga pada kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya yang ada di dalam komunitas tersebut. Dalam konteks usaha crochet homemade, pengusaha lokal dapat memanfaatkan bahan baku yang tersedia di lingkungan sekitar, serta keterampilan dan tradisi yang telah diwariskan sebagai nilai tambah yang unik. Dengan memanfaatkan sumber daya lokal, pelaku usaha tidak hanya dapat mengurangi biaya produksi, tetapi juga menciptakan produk yang memiliki identitas dan daya tarik tersendiri, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing di pasar.

Pengembangan ekonomi berbasis sumber daya lokal juga melibatkan peran aktif pemerintah dan lembaga terkait dalam menciptakan kebijakan yang mendukung kewirausahaan lokal. Menurut (Ferri, 2003), intervensi pemerintah yang tepat dapat memperkuat kapasitas lokal dan mendorong inovasi yang berkelanjutan. Penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan dalam bentuk pelatihan keterampilan, akses ke teknologi, dan penyediaan infrastruktur yang memadai sangat penting untuk mengoptimalkan potensi sumber daya lokal. Misalnya, melalui program-program pemberdayaan masyarakat yang melibatkan teknologi informasi, pengusaha crochet dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan efisiensi produksi. Dengan demikian, pengembangan ekonomi berbasis sumber daya lokal tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada penguatan komunitas dan peningkatan kualitas hidup masyarakat, yang merupakan tujuan utama dari administrasi publik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus, yang dirancang untuk memahami secara mendalam bagaimana teknologi berperan dalam pengembangan kewirausahaan publik,

.....

khususnya dalam konteks usaha kecil yang bergerak di bidang produk handmade seperti crochet. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan praktik para pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing produk mereka. Melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif, peneliti dapat mengumpulkan data yang kaya dan kontekstual mengenai bagaimana teknologi, baik dalam bentuk alat produksi maupun platform digital, digunakan oleh pengusaha crochet untuk memasarkan produk mereka dan menjangkau konsumen. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan faktor-faktor eksternal seperti dukungan kebijakan dari pemerintah dan lembaga terkait yang berperan dalam menciptakan lingkungan yang mendukung bagi inovasi dan pertumbuhan kewirausahaan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis penggunaan teknologi, tetapi juga pada dinamika sosial dan kebijakan yang mempengaruhi keberhasilan usaha kecil, sehingga memberikan wawasan yang komprehensif mengenai peran teknologi dalam mendorong kewirausahaan publik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap literatur administrasi publik dengan menyoroti pentingnya integrasi teknologi dalam strategi pengembangan ekonomi lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini berfokus pada pelaku kewirausahaan kerajinan crochet homemade di Desa Mori, Kecamatan Trucuk, Kabupaten Bojonegoro. Wilayah ini dikenal sebagai desa agraris dengan geliat ekonomi kreatif yang mulai berkembang dalam skala rumah tangga. Kerajinan crochet atau rajutan menjadi salah satu sektor yang memiliki potensi ekonomi signifikan. Pengrajin, yang mayoritas merupakan perempuan, memanfaatkan keterampilan turun-temurun dalam membuat produk rajutan, dan kini mulai terintegrasi

dengan teknologi digital untuk mendukung kegiatan kewirausahaan mereka.

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama pemasaran. Platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business menjadi alat promosi yang efektif dalam menjangkau konsumen yang lebih luas. Para pengrajin memotret hasil karya mereka, mengunggahnya dengan deskripsi menarik, dan menerima pesanan langsung melalui fitur pesan instan. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai etalase digital, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun koneksi dan relasi dengan pelanggan secara personal.

Di luar aspek pemasaran, teknologi juga telah dimanfaatkan dalam proses penciptaan produk. Akses terhadap internet memungkinkan pengrajin memperoleh referensi desain dan pola crochet yang variatif dari sumber seperti YouTube, dan situs komunitas kerajinan internasional. Hal ini mendorong mereka untuk mengembangkan produk yang lebih beragam dan mengikuti tren pasar. Beberapa pelaku usaha bahkan mulai merancang pola mereka sendiri secara digital, yang menunjukkan adanya peningkatan kapasitas produksi yang berbasis kreativitas dan teknologi.

Meskipun dampak positif dari pemanfaatan teknologi cukup nyata, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa proses integrasi teknologi dalam kegiatan usaha tidak berjalan tanpa hambatan. Tantangan utama yang dihadapi pelaku usaha adalah keterbatasan literasi digital. Sebagian besar dari mereka belum terbiasa dengan fitur-fitur lanjutan dari platform digital, seperti penggunaan Instagram Ads, manajemen e-commerce, atau pemanfaatan sistem pembayaran digital yang terintegrasi. Hal ini membuat mereka belum optimal dalam mengelola usaha secara profesional meski telah terhubung ke jaringan digital.

Selain tantangan literasi digital, keterbatasan modal juga menjadi hambatan signifikan. Banyak pelaku usaha yang masih

mengandalkan peralatan manual, seperti jarum rajut konvensional dan benang lokal dengan kualitas terbatas. Minimnya akses terhadap bantuan permodalan dari lembaga keuangan membuat mereka kesulitan untuk meningkatkan kapasitas produksi. Hal ini diperparah dengan belum adanya koperasi atau asosiasi pengrajin yang aktif menghubungkan pelaku usaha dengan sumber daya ekonomi yang lebih luas.

Aspek distribusi produk juga menjadi persoalan yang sering dikeluhkan. Meskipun pemesanan produk crochet meningkat melalui media sosial dan e-commerce, proses pengemasan dan pengiriman sering kali menimbulkan tantangan. Tidak semua pelaku usaha memiliki pengetahuan tentang standar pengemasan produk kreatif yang aman dan menarik. Mereka juga kesulitan mendapatkan tarif ongkos kirim yang kompetitif karena pengiriman dilakukan secara individu dan bukan dalam sistem kolektif berbasis komunitas.

Dalam kaitannya dengan dukungan eksternal, sebagian pengrajin menyatakan pernah mengikuti pelatihan atau bimbingan teknis yang diselenggarakan oleh dinas koperasi dan UMKM, namun pelatihan tersebut bersifat jangka pendek dan tidak dilanjutkan dengan program pendampingan. Dengan demikian, dampaknya terhadap transformasi usaha cenderung terbatas. Mereka berharap adanya pelatihan yang lebih aplikatif, berkelanjutan, dan relevan dengan kebutuhan nyata di lapangan.

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku kewirausahaan publik di sektor crochet homemade di Desa Mori memiliki potensi besar untuk berkembang melalui pemanfaatan teknologi. Namun, tanpa dukungan sistemik dan kebijakan yang berpihak, potensi tersebut berisiko tidak berkembang optimal. Meskipun telah ada inisiatif individu dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam usaha mereka, kapasitas kolektif masih perlu diperkuat melalui dukungan kebijakan yang tepat dan intervensi

strategis dari pemerintah daerah serta pihak-pihak terkait lainnya.

4.2 Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya menunjukkan bahwa teknologi digital memainkan peran penting dalam mendorong kewirausahaan publik di tingkat lokal. Dalam kasus pelaku usaha crochet di Desa Mori, teknologi telah menjadi medium utama untuk memperluas akses terhadap pasar, mempercepat proses penciptaan produk, dan membangun jaringan komunikasi antara produsen dan konsumen. Fenomena ini mencerminkan pergeseran paradigma dari kewirausahaan konvensional yang terbatas secara geografis menjadi kewirausahaan digital yang bersifat lebih inklusif dan lintas batas.

Dalam perspektif teori inovasi Rogers (2003), proses adopsi teknologi oleh pelaku usaha crochet mencerminkan beberapa atribut penting dari sebuah inovasi. Keuntungan relatif dari penggunaan teknologi terlihat nyata dalam bentuk peningkatan penjualan dan efisiensi komunikasi dengan pelanggan. Inovasi ini juga menunjukkan kompatibilitas yang cukup tinggi dengan kebutuhan lokal, mengingat pelaku usaha sudah memiliki keterampilan dasar merajut yang kemudian dikembangkan lebih lanjut melalui bantuan referensi digital. Namun demikian, tingkat kompleksitas yang masih cukup tinggi dalam penggunaan fitur digital lanjut menjadi hambatan tersendiri bagi sebagian pelaku usaha, terutama yang berasal dari latar belakang pendidikan rendah atau belum pernah mendapatkan pelatihan formal.

Fenomena ini menunjukkan bahwa proses adopsi teknologi dalam kewirausahaan publik bukanlah sekadar soal ketersediaan teknologi, melainkan juga soal kesiapan sosial dan institusional. Halvorsen (dalam Yogi Suwarno, 2011) mengingatkan bahwa inovasi yang berhasil bukan hanya hasil dari keputusan *top-down* atau *bottom-up*, tetapi juga lahir dari proses kebutuhan yang nyata di tingkat komunitas. Dalam kasus ini, kebutuhan untuk memperluas pasar dan meningkatkan

pendapatan menjadi pendorong utama adopsi teknologi, namun tantangan yang ada tidak bisa diselesaikan secara individual. Dibutuhkan pendekatan kolektif dan dukungan sistemik dari lembaga pemerintah, akademisi, dan sektor swasta.

Kewirausahaan yang dikembangkan oleh ibu rumah tangga di Desa Mori juga menunjukkan aspek sosial dari kewirausahaan publik. Dengan teknologi, mereka tidak hanya menjadi produsen, tetapi juga pelaku ekonomi yang mampu mempengaruhi kondisi sosial keluarganya. Transformasi peran ini menunjukkan bahwa teknologi berfungsi sebagai alat pemberdayaan. Namun pemberdayaan tersebut akan sangat terbatas jika tidak disertai dengan kebijakan afirmatif yang berkelanjutan. Maka dalam hal ini, keberadaan program pelatihan digital, akses modal berbasis kelompok, serta penguatan koperasi pengrajin menjadi prasyarat penting untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan yang kuat dan tahan terhadap dinamika pasar. Pembahasan ini juga tidak lepas dari konteks regulasi dan kebijakan publik yang telah ada. Peraturan Presiden No. 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional telah mengamanatkan pentingnya kolaborasi lintas sektor untuk meningkatkan rasio kewirausahaan nasional, termasuk melalui pemanfaatan teknologi digital. Namun realisasi di lapangan masih menunjukkan kesenjangan antara kebijakan dengan implementasi. Banyak pelaku usaha yang belum mengetahui atau tidak mendapatkan akses langsung terhadap program-program yang dirancang pemerintah, sehingga potensi digitalisasi UMKM masih belum dimaksimalkan.

Dari segi sosial-ekonomi, penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan usaha mikro seperti crochet homemade tidak hanya berkontribusi pada pendapatan rumah tangga, tetapi juga memperkuat jaringan sosial di tingkat desa. Melalui kegiatan berbasis komunitas, para pengrajin dapat saling bertukar informasi, membentuk solidaritas, dan

membangun kolaborasi yang mempercepat pertumbuhan usaha. Hal ini sejalan dengan konsep "*strength of weak ties*" dari Granovetter (2018), yang menyatakan bahwa relasi sosial antar individu di luar lingkaran kuat (keluarga atau teman dekat) sering kali menjadi sumber inovasi dan peluang ekonomi baru.

Dengan demikian, integrasi antara teknologi dan kewirausahaan publik harus dipandang sebagai bagian dari transformasi sosial yang lebih luas. Pemerintah, melalui peran administrasi publiknya, harus mampu menjembatani kesenjangan antara pelaku usaha dengan sumber daya yang tersedia. Tanpa kehadiran kebijakan yang inklusif dan adaptif, transformasi digital hanya akan menghasilkan kesenjangan baru antara mereka yang melek teknologi dan yang tertinggal secara struktural. Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa keberhasilan kewirausahaan berbasis teknologi bukan hanya ditentukan oleh kemampuan individu, melainkan oleh sistem sosial dan kebijakan yang mendukung. Keterlibatan aktif pemerintah desa, organisasi masyarakat sipil, universitas, dan pelaku pasar sangat diperlukan untuk menciptakan sinergi yang berkelanjutan dalam pembangunan ekonomi lokal yang berbasis inovasi dan teknologi.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap pelaksanaan tender proyek konstruksi di Kabupaten Kutai Kartanegara selama periode 2019–2024, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Metode tender yang paling dominan digunakan adalah pascakualifikasi, dengan persentase sebesar 99,2%. Metode ini dipilih karena lebih sederhana dan sesuai untuk proyek dengan tingkat kompleksitas rendah.
2. Jenis kontrak yang paling banyak digunakan adalah kontrak harga satuan, yaitu sebesar 96,7% dari total paket pekerjaan. Kontrak ini memberikan

- fleksibilitas terhadap perubahan volume pekerjaan dan dinilai lebih akomodatif bagi pelaksanaan proyek konstruksi.
3. Mayoritas peserta tender mengajukan penawaran dalam kisaran 80%–100% dari Harga Perkiraan Sendiri (HPS). Hal ini menunjukkan adanya kompetisi yang sehat dan realistik dalam proses penawaran.
 4. Hanya sebagian kecil proyek yang dimenangkan oleh penawar terendah, yakni sebesar 25%. Artinya, sistem evaluasi yang digunakan tetap mempertimbangkan aspek teknis dan administratif meskipun menggunakan sistem gugur.
 5. Sebagian besar peserta gugur pada tahap evaluasi administrasi dan kualifikasi, yang mengindikasikan masih rendahnya pemahaman penyedia jasa terhadap substansi dan format dokumen tender, serta pentingnya konsistensi data antara dokumen fisik dan sistem informasi pengadaan.

Secara umum, pelaksanaan tender telah memenuhi prinsip-prinsip pengadaan yang efisien, terbuka, dan akuntabel. Namun, efektivitas hasil tender masih dapat ditingkatkan dengan perbaikan pada aspek evaluasi dan pembinaan penyedia jasa.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Peningkatan pemahaman dan kapasitas penyedia jasa, khususnya dalam hal penyusunan dokumen penawaran yang sesuai dengan ketentuan, melalui pelatihan teknis dan sosialisasi regulasi pengadaan.
2. Evaluasi terhadap metode penilaian tender, agar mempertimbangkan pendekatan berbasis nilai (*value for money*) yang tidak hanya berfokus pada harga, tetapi juga memperhitungkan kualitas teknis dan kapasitas pelaksanaan pekerjaan.

3. Perbaikan sistem informasi pengadaan (SIKaP) agar lebih sinkron dengan dokumen fisik peserta, sehingga dapat meminimalisasi kesalahan input dan meningkatkan efisiensi proses evaluasi.
4. Penguatan fungsi pengawasan internal Pokja ULP, untuk memastikan bahwa seluruh tahapan evaluasi dilaksanakan secara objektif, transparan, dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alamsyahdana, Azwar, and Jogi Pras. 2023. "Peran Teknologi Masa Kini Dalam Meningkatkan Minat Kewirausahaan Melalui Pembuatan Business Plan." *Journal of International Multidisciplinary Research* 1(2): 956–64.
- [2] Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbec0.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- [3] Ferri, G. (2003). Joseph E. Stiglitz (2002) Globalization and Its Discontents . *Economic Notes*, 32(1), 123–142. <https://doi.org/10.1046/j.0391-5026.2003.00107.x>
- [4] Granovetter, M. S. (2018). The Strength of Weak Ties. In *Inequality in the 21st Century: A Reader* (pp. 249–252). <https://doi.org/10.4324/9780429499821-43>
- [5] Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Marketing Management*. Pearson. <https://app.box.com/s/jl6fgnp2xrxp0evjq6jlicklh7d3s0e>
- [6] Porter, M. E. (1990). Book Review: The Competitive Advantage of Nations.

-
- Journal of Management*, 17(1), 213–215.
<https://doi.org/10.1177/014920639101700113>
- [7] Roger, E. M. (2003). Diffusion of Innovations. In *Free Press*.
<https://doi.org/10.4324/9781315263434-16>
- [8] Schumpeter, J. A. (1942). The Theory of Economic Development : An Inquiry into Profits , Capital , Credit , Interest and the Business Cycle , translated from the German by Redvers Opie , New Brunswick (U . *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 3(2), 137–148.
- [9] Sono, M. G., Erwin, E., & Muhtadi, M. A. (2023). Strategi Pemasaran Digital dalam Mendorong Keberhasilan Wirausaha di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(04), 312–324.
<https://doi.org/10.58812/jekws.v1i04.712>