

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di Indonesia UMKM memiliki peran yang sangat besar dan krusial. Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai pilar utama perekonomian Indonesia tercermin dari kontribusinya yang mencapai lebih dari 60% persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta kemampuannya dalam menyerap hampir 97% persen tenaga kerja di dalam negeri. Hingga kini, jumlah pelaku UMKM di Indonesia telah melampaui 64 juta unit usaha, menunjukkan skala dan peran strategis sektor ini dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2025). Selain itu, UMKM juga berperan dalam memperkuat kinerja ekspor nasional, dengan kontribusi sekitar 15,7 persen terhadap total ekspor Indonesia.

Pemerintah berkomitmen untuk terus meningkatkan kontribusi tersebut pada tahun-tahun mendatang guna mendukung target pertumbuhan ekspor sebesar 9% persen dalam lima tahun ke depan, sehingga sektor UMKM diharapkan mampu menjadi penggerak utama dalam perluasan pasar ekspor dan peningkatan daya saing produk nasional (Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021). Kontribusi ini menjadikan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Tidak hanya itu, UMKM juga berperan dalam pemerataan pendapatan masyarakat, mengurangi pengangguran, serta menciptakan lapangan kerja baru di berbagai daerah. Keberadaan UMKM yang tersebar hingga pelosok desa membuat sektor ini menjadi

pilar utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah sekaligus mempersempit kesenjangan ekonomi antar wilayah. Selain itu, UMKM juga berkontribusi terhadap ketahanan ekonomi nasional, terbukti dari kemampuannya bertahan di tengah krisis ekonomi global maupun krisis akibat pandemi COVID-19, di mana sebagian besar sektor usaha besar mengalami penurunan signifikan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional Indonesia. UMKM dapat diartikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang dijalankan oleh perorangan maupun kelompok usaha yang berdiri secara mandiri dan bukan merupakan bagian, anak perusahaan, atau cabang dari usaha besar (Rafah Ramadhan et al., 2025). UMKM memiliki sejumlah ciri khas yang membedakannya dari bisnis yang lebih besar. Mayoritas UMKM memiliki sistem manajemen dasar dan menggunakan dana yang relatif kecil yang diperoleh dari pinjaman keluarga atau tabungan pribadi. Pemilik UMKM biasanya mengambil keputusan bisnis secara pribadi, dan struktur organisasi mereka sederhana.

Mayoritas UMKM masih mengandalkan metode manufaktur manual dan peralatan yang sudah ketinggalan zaman dalam hal teknologi. Umumnya, mereka melayani pasar lokal atau regional (Nafi et al., 2024). Di sisi lain, UMKM mampu berkembang di berbagai lingkungan ekonomi karena tingkat fleksibilitas dan kemampuan adaptasinya yang tinggi. Daya cipta dan kreativitas UMKM seringkali menghasilkan barang-barang khas dengan nilai lokal, seperti kerajinan tangan, kuliner daerah, dan produk kreatif berlandaskan budaya.

Dimasa yang akan datang, akan muncul berbagai macam tantangan bagi UMKM diantaranya, inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pemerataan pelatihan, bimbingan, dan fasilitasi, serta basis data tunggal untuk sektor UMKM yang harus dikelola bersama oleh para pemangku kepentingan yang terlibat (Hamzah et al., 2023). Untuk memastikan UMKM dapat bertahan dan berkembang di tengah ketidakpastian global, tren positif yang telah terjalin saat ini harus dipertahankan. Melalui berbagai program pendampingan, akses keuangan, dan digitalisasi, pemerintah dan pelaku usaha diyakini dapat terus bekerja sama untuk memberdayakan sektor UMKM.

Pemberdayaan merupakan bagian dari konsep pembangunan ekonomi dan politik yang berfokus pada peningkatan kapasitas masyarakat dengan mendorong, memotivasi, dan menumbuhkan kesadaran akan potensi yang dimiliki agar dapat dikembangkan secara optimal (Ramadhani et al., 2024). Sebagai gagasan kunci dalam pembangunan ekonomi dan sosial, pemberdayaan berfokus pada pemberian lebih banyak kebebasan, kapabilitas, dan kemampuan kepada individu dan kelompok untuk mengakses dan mengelola sumber daya keuangan. Proses pemberian wewenang atau pengaruh kepada masyarakat untuk membuat keputusan dan bertindak guna meningkatkan standar hidup mereka secara teoritis dikenal sebagai pemberdayaan.

Peran pemerintah sangat penting untuk memberdayakan UMKM, terutama dalam pembinaan usaha mikro agar dapat menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan dan tujuan usaha. Pemerintah berperan sebagai fasilitator dalam

membantu UMKM memperoleh akses pendanaan serta sebagai regulator yang menetapkan kebijakan untuk mempermudah pengembangan usaha. Meskipun demikian, pemberdayaan UMKM masih menghadapi berbagai kendala yang berbeda di setiap daerah. Oleh karena itu, pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam membangun kemitraan yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dan kecil, serta memperkuat kualitas sumber daya manusia (Salehuddin et al., 2021).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional maupun daerah, termasuk di Provinsi Jawa Timur karena jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah UMKM yang terdata di provinsi Jawa Timur berjumlah 9,78 juta (Dinas Koperasi UKM Provinsi Jawa Timur, 2024). Pemerintah perlu memberikan perhatian lebih agar sektor ini dapat terus tumbuh dan berkembang di tengah persaingan *global*. Dukungan tersebut dapat berupa peningkatan kualitas produk, pengembangan sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi, dan perluasan pasar hingga ke luar negeri. Upaya ini penting untuk meningkatkan daya saing dan nilai jual produk UMKM, sehingga mampu memperkuat perekonomian daerah (Nurhalita, 2022).

Sebelum bergabung dengan program pemerintah Provinsi Jawa Timur, khususnya program digitalisasi seperti Jatim Bejo, kondisi UMKM umumnya masih dihadapkan pada berbagai keterbatasan, baik secara struktural maupun manajerial. Mayoritas pelaku UMKM masih mengelola usahanya dengan cara-cara tradisional, seperti mengandalkan penjualan secara langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Tingkat literasi digital yang masih rendah membuat pelaku UMKM

belum mampu memanfaatkan teknologi informasi secara maksimal, baik dalam kegiatan pemasaran, pencatatan keuangan, maupun pengelolaan usaha secara keseluruhan. Studi yang dilakukan oleh (D. Satria et al., 2024) mengungkapkan bahwa UMKM di Jawa Timur masih mengalami hambatan dalam penerapan teknologi digital, terutama pada pemasaran daring dan kualitas pengemasan produk yang belum sesuai dengan standar pasar yang lebih luas. Situasi ini berimplikasi pada pertumbuhan usaha yang cenderung lambat serta keterbatasan jangkauan pasar dan konsumen yang dapat diraih oleh UMKM.



Gambar 1.1 Logo Jawa Timur Belanja *Online*

Sumber : Biro Pengadaan Barang/Jasa Provinsi Jawa Timur, 2026

Menanggapi berbagai kendala yang dihadapi UMKM tersebut, Pemerintah Provinsi Jawa Timur kemudian menggagas sejumlah program pemberdayaan, salah satunya melalui Program Jawa Timur Belanja *Online* (Jatim Bejo). Program ini disusun sebagai langkah strategis untuk mendorong percepatan digitalisasi UMKM dengan memanfaatkan *marketplace* serta platform digital dalam sistem pengadaan barang dan jasa pemerintah. Jatim Bejo tidak hanya difungsikan sebagai media promosi dan penjualan, tetapi juga berperan sebagai sarana pembelajaran dan pendampingan bagi pelaku UMKM agar mampu meningkatkan mutu produk, memperluas jejaring usaha, serta memperkuat daya saing di pasar. Hasil penelitian

(Sayyidah, 2025) menunjukkan bahwa implementasi program ini membuka peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan berkelanjutan, terutama melalui keterlibatan langsung dalam ekosistem belanja pemerintah daerah.

Kondisi UMKM setelah bergabung dengan program Pemerintah Provinsi Jawa Timur, khususnya Jatim Bejo, menunjukkan perkembangan yang cukup berarti dibandingkan dengan kondisi sebelumnya. Sejumlah studi mencatat adanya peningkatan pendapatan, volume penjualan, serta kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Sayyidah. (2025) mengungkapkan bahwa UMKM yang terlibat dalam *program East Java Online Shopping* mengalami kenaikan pendapatan rata-rata sekitar 45–60 persen setelah mengikuti program tersebut. Selain aspek finansial, pelaku UMKM juga mulai menyadari pentingnya pemasaran digital, pengelolaan katalog produk, serta pemanfaatan platform daring sebagai media promosi yang efektif. Hal ini menandakan bahwa Jatim Bejo tidak hanya memberikan dampak ekonomi, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir dan perilaku UMKM ke arah usaha yang lebih modern dan kompetitif.

Pembentukan program tersebut berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah kemudian diperkuat oleh Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 61 Tahun 2021 merupakan perubahan atas Peraturan Gubernur Nomor 76 Tahun 2020 mengenai pemanfaatan penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik untuk pengadaan barang dan jasa pemerintah melalui Toko Daring di lingkungan Provinsi Jawa Timur. Program tersebut berjalan pada bulan november 2020 serta diresmikan secara langsung oleh gubernur provinsi jawa timur

Program JATIM BEJO tidak bergerak secara mandiri dalam memberdayakan UMKM binaan melainkan bekerja sama dengan pihak swasta, diantaranya Mbizzmarket, Gratis Ongkir, Indotrading, Tokogramedia, dan Toko ladang. Dalam pelaksanaannya terdapat berbagai macam kegiatan untuk memberikan arahan dan bimbingan teknis untuk UMKM dalam melaksanakan kegiatan transaksi dilingkungan pemerintah.

Tabel 1.1 Data jumlah UMKM yang tergabung dalam Jatim Bejo



Sumber: Biro Pengadaan Barang/Jasa Provinsi Jawa Timur, 2026

Data tabel 1.1 menjelaskan jumlah UMKM yang tergabung dalam marketplace JATIM BEJO, seiring bertambahnya tahun semakin banyak pula UMKM yang tertarik untuk mengikuti program tersebut, pertumbuhan tersebut menunjukkan bahwa program Jatim Bejo mampu memperluas keterlibatan UMKM dalam sektor pengadaan barang dan jasa pemerintah daerah, sekaligus mendorong peningkatan partisipasi pelaku usaha lokal dalam rantai pasok kegiatan pemerintahan. Keikutsertaan UMKM dalam program Jatim Bejo mencakup berbagai sektor usaha, antara lain makanan dan minuman, perlengkapan kantor, jasa

percetakan, serta produk berbasis teknologi informasi seperti perangkat lunak dan layanan digital, berikut adalah kategori yang ada didalam program JATIM BEJO.



Gambar 1.2 Kategori Produk Jawa Timur Belanja *Online*  
Sumber: Biro Pengadaan Barang/Jasa Provinsi Jawa Timur, 2026

Gambar 1.2 merupakan kategori barang/jasa yang di transaksikan pada program Jatim Bejo, selain itu pada gambar 1.3 dapat diketahui bahwa kategori makanan dan minuman merupakan kategori dengan jumlah transaksi paling tinggi yang dilakukan oleh instansi pemerintahan. Tingginya transaksi ini disebabkan oleh kebutuhan rutin hampir di seluruh organisasi perangkat daerah (OPD) di Provinsi Jawa Timur, yang dimana dalam setiap pelaksanaan kegiatan, seperti rapat, sosialisasi, pelatihan, dan agenda resmi lainnya, selalu memerlukan penyediaan konsumsi berupa makanan dan minuman sebagai penunjang kelancaran kegiatan. Oleh karena itu, permintaan terhadap kategori makanan dan minuman cenderung bersifat berkelanjutan dan minuman menempati posisi teratas sebagai kategori pesanan terbanyak dibandingkan kategori lainnya, hal ini diperkuat dengan data transaksi yang bersumber dari dua marketplace Jawa Timur Belanja *Online* yang paling sering digunakan oleh OPD, yaitu *Mbizzmarket* dan *Gratisongkir*.

**TRANSAKSI PROVINSI & KAB/KOTA PER KATEGORI  
JAN – OKT 2025**

Kategori	Jumlah Pengadaan	Nilai Pengadaan (dalam Rupiah)
Makanan dan Minuman	20.833	78.488.524.359
Event Organizer	342	15.258.185.407
Perengkapan Kantor	1.506	14.049.225.517
Alat Tulis Kantor	2.585	12.580.182.031
Elektronik Rumah Tangga	931	9.240.234.880
Jasa Sewa	578	5.750.294.688
Perabotan Rumah Tangga	121	5.496.580.948
Jasa Percetakan	669	5.140.675.457
Pakaian & Seragam Dinas	370	4.426.838.305
Jasa Instalasi, Perawatan, dan Perbaikan	319	2.392.833.952
Furniture	98	2.099.716.651
Agrikultur	73	1.310.317.416
Laptop dan Komputer	68	1.270.830.474
Grocery	156	1.198.125.706
Jasa Profesional	42	1.037.033.401
Perkakas	62	965.828.940
Otomotif	146	927.123.378
Printer	84	671.678.040
Bahan Bangunan	38	568.822.771
Alat Kesehatan & Obat-obatan	23	550.859.430
Peralatan Olahraga & Hobi	23	328.810.715
<b>Grand Total</b>	<b>29.087</b>	<b>163.650.122.167</b>

*Jatim Bejo Mbizmarket* 7

- Kategori **Makanan dan Minuman** berkontribusi paling tinggi terhadap **nilai transaksi dan jumlah pengadaan** dari total transaksi Provinsi dan Kab/Kota di Jawa Timur
- **66%** atau **Rp 29 Miliar** dari **total Rp 164 miliar** pengadaan Provinsi dan Kab/Kota di Jawa Timur 1 Januari – 31 Oktober 2025 di Mbizmarket berasal dari kategori **Makanan & Minuman, Event Organizer dan Perlengkapan Kantor**

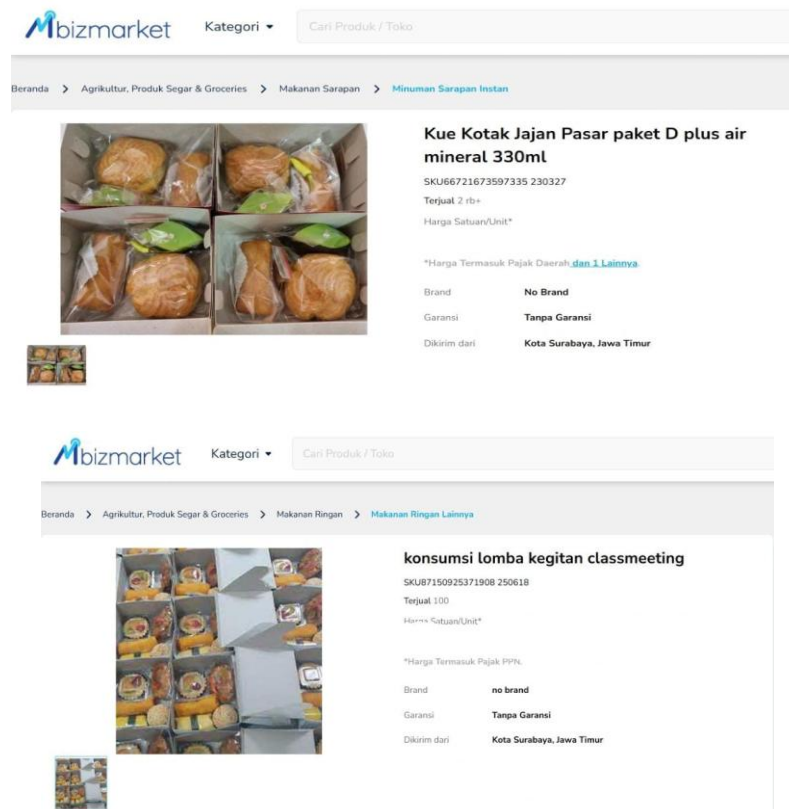
**TRANSAKSI PROVINSI PER KATEGORI  
(NOVEMBER) YANG DISELESAIKAN**

Kategori	Jumlah Pengadaan	Nilai Pengadaan (IDR)
Peralatan Elektronik	537	12.765.536.708
Jasa Kreatif	437	10.057.743.877
Perkakas	536	8.165.826.776
Makanan dan Minuman	798	4.725.705.119
Furniture	203	4.466.572.137
Fashion	109	3.472.030.564
Alat Tulis Kantor	377	3.365.338.082
Souvenir	87	1.615.304.420
Akomodasi	11	867.371.675
Sewa Peralatan & Ruangan	26	667.806.000
Angkutan	58	628.917.850
Perkebunan, Pertanian, Perikanan dan Peternakan	41	358.336.380
<b>Grand Total</b>	<b>3.220</b>	<b>51.156.489.588</b>

Gambar 1.3 Total Transaksi marketplace Mbizmarket dan Gratis Ongkir Jatim Bejo Periode 2025  
Sumber: Biro Pengadaan Barang/Jasa 2026

Data gambar 1.3 menunjukkan bahwa kategori makanan dan minuman merupakan kategori dengan jumlah pengadaan paling besar dibandingkan kategori lainnya. Namun, dari data yang ditampilkan juga terlihat bahwa ketimpangan paling besar justru terjadi pada kategori ini. Hal tersebut dapat dilihat pada salah satu *marketplace*, di mana terdapat perbedaan jumlah produk yang terjual yang cukup signifikan antara dua produk, meskipun keduanya berada dalam kategori makanan yang sama. Kondisi ini menunjukkan bahwa distribusi permintaan belum merata,

karena hanya UMKM tertentu yang lebih banyak diminati dibandingkan UMKM lainnya. Hal ini dapat menimbulkan permasalahan bagi UMKM yang tergabung, yang dapat membuat para UMKM merasa tidak diberdayakan dan sia-sia telah bergabung dengan program tersebut.



Gambar 1. 4 Total jumlah produk yang terjual dimarketplace JATIM BEJO  
Sumber: Mbizmarket,2026

Meskipun program Jatim Bejo dirancang untuk memberdayakan UMKM melalui sistem pengadaan barang dan jasa pemerintah berbasis digital, masih terdapat kesenjangan yang cukup besar antara tujuan kebijakan dan implementasi di lapangan. Masih terdapat sejumlah pelaku UMKM yang belum bergabung ataupun belum aktif memanfaatkan platform tersebut. Kondisi ini mengindikasikan bahwa proses sosialisasi serta pemahaman terhadap mekanisme program belum

menjangkau seluruh pelaku UMKM yang menjadi sasaran kebijakan. Selain itu, pelaksanaan program juga menghadapi berbagai hambatan teknis, administratif, dan keterbatasan literasi digital yang memengaruhi tingkat partisipasi UMKM.

Dalam banyak kendala, kemampuan literasi digital pelaku usaha masih tergolong rendah, khususnya dalam hal pemanfaatan platform *e-commerce*, pengelolaan sistem pencatatan keuangan berbasis digital, serta pelaksanaan administrasi pengadaan secara daring. Selain itu hasil wawancara dengan staff Biro Pengadaan Barang/Jasa juga menyebutkan bahwa kendala yang dialami oleh UMKM yaitu masih banyak pelaku UMKM yang kurang paham mengenai penggunaan teknologi, kesulitan dalam melakukan *upload* produk maupun penetapan harga, hingga ketimpangan jumlah pemesanan.

Meskipun program Jatim Bejo dirancang untuk memberdayakan UMKM melalui sistem pengadaan barang dan jasa pemerintah berbasis digital, masih terdapat kesenjangan yang cukup besar antara tujuan kebijakan dan implementasi di lapangan. Masih terdapat sejumlah pelaku UMKM yang belum bergabung ataupun belum aktif memanfaatkan platform tersebut. Kondisi ini mengindikasikan bahwa proses sosialisasi serta pemahaman terhadap mekanisme program belum menjangkau seluruh pelaku UMKM yang menjadi sasaran kebijakan. Selain itu, pelaksanaan program juga menghadapi berbagai hambatan teknis, administratif, dan keterbatasan literasi digital yang memengaruhi tingkat partisipasi UMKM.

Program Jawa Timur Belanja *Online* (Jatim Bejo) merupakan salah satu inovasi yang dikembangkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur untuk meningkatkan keterlibatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam

pengadaan barang dan jasa pemerintah melalui pemanfaatan teknologi digital. Program ini tidak hanya menjadi sarana transaksi antara UMKM dan instansi pemerintah, tetapi juga berperan sebagai upaya pemberdayaan yang mendorong peningkatan kapasitas usaha, perluasan akses pasar, serta pengembangan daya saing UMKM. Hal tersebut sejalan dengan teori pemberdayaan yang dikemukakan oleh Edi Suharto (2004) yang meliputi empat aspek, yaitu penguatan (*strengthening*), perlindungan (*protecting*), dukungan (*supporting*), dan pengembangan (*developing*).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM masih menghadapi berbagai tantangan. Penelitian Yulita R.F. Tintingon, Alden Laloma, dan Deysi Tampongangoy (2020) menemukan bahwa pemberdayaan UMKM di Kota Manado belum berjalan secara optimal karena masih terbatasnya pelatihan, pendampingan, dan dukungan dari pemerintah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas pelaku usaha menjadi faktor penting dalam mendukung perkembangan UMKM. Temuan yang serupa juga disampaikan oleh Simson Ginting dkk. (2022) yang menjelaskan bahwa keterbatasan sumber daya manusia, kelembagaan, serta sarana dan prasarana menjadi hambatan dalam pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan suatu program pemberdayaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan program dalam meningkatkan kapasitas penerima manfaat secara berkelanjutan.

Penelitian mengenai Program Jatim Bejo juga telah dilakukan oleh Renata Winna Pramudita dan Suci Megawati (2023). Hasil penelitian tersebut

menunjukkan bahwa Program Jatim Bejo mampu meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam proses pengadaan barang dan jasa pemerintah. Namun, masih ditemukan beberapa kendala, seperti keterlambatan respons penyedia, keterlambatan pengiriman barang, serta kurangnya pemahaman mengenai regulasi perpajakan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun program telah berjalan dengan baik, upaya pendampingan dan pembinaan kepada pelaku UMKM masih perlu terus dilakukan.

Selanjutnya, penelitian Nur Indah Irsanti dan Isnaini Rodiyah (2025) menunjukkan bahwa Program Jatim Bejo mampu meningkatkan partisipasi UMKM dalam pengadaan pemerintah sekaligus mendorong digitalisasi usaha. Akan tetapi, penelitian tersebut juga menemukan adanya hambatan berupa rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, serta ketimpangan partisipasi antar pelaku UMKM. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Christian Punu, Sofia Pangemanan, dan Neni Kumayas (2021) yang menyatakan bahwa pelaksanaan program pemberdayaan UMKM belum optimal akibat kurangnya sosialisasi, keterbatasan anggaran, dan lemahnya pengawasan program.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa sebagian besar penelitian masih berfokus pada efektivitas program pemberdayaan UMKM maupun implementasi kebijakan pengadaan digital. Sementara itu, kajian mengenai Program Jatim Bejo lebih banyak menyoroti aspek implementasi program dan tingkat partisipasi UMKM secara umum. Oleh karena itu, masih terdapat ruang penelitian untuk mengkaji bagaimana Program Jatim Bejo berperan dalam pemberdayaan UMKM, khususnya UMKM makanan dan minuman di Kota

Surabaya. Penelitian ini menggunakan teori pemberdayaan Edi Suharto untuk melihat peran program melalui aspek penguatan, perlindungan, dukungan, dan pengembangan. Kajian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana Program Jatim Bejo tidak hanya meningkatkan transaksi pengadaan pemerintah, tetapi juga mampu mendorong pemberdayaan dan keberlanjutan usaha UMKM secara lebih luas..

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana program Jawa Timur Belanja *Online* dalam memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah khususnya kategori makanan dan minuman di Kota Surabaya.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis program Jawa Timur Belanja *Online* dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah kategori makanan dan minuman di Kota Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan ilmiah serta memperkaya kajian literatur yang berhubungan dengan pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah serta efektivitas e government berbasis aplikasi daerah.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan manfaat sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, yaitu:

1. Bagi Penulis Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai Program Jawa Timur Belanja *Online* dalam upaya pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi sarana penerapan teori serta pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan pada Program Studi Administrasi Publik.
2. Bagi Biro Pengadaan Barang/Jasa Provinsi Jawa Timur Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi Biro Pengadaan Barang/Jasa Provinsi Jawa Timur dalam meningkatkan Program JATIM BEJO, serta hasil penelitian dapat membantu menilai program dalam pemberdayaan UMKM serta menjadi acuan dalam penyusunan strategi perbaikan ke depannya.
3. Bagi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan dunia pendidikan serta menjadi acuan bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian sejenis di masa mendatang. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi akademik untuk memperkaya wawasan, khususnya bagi mahasiswa dan civitas akademika di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur