UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Analisis Best Practice pada Keberhasilan Lapak Ganjar sebagai Inovasi Pemanfaatan Media Sosial dalam
Upaya Pemberdayaan UMKM di Jawa Tengah**
FIESTA INKA PURWOKO, Prof. Dr. Agus Heruanto Hadna, S.I.P., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ii

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI iii

KATA PENGANTAR iv

DAFTAR ISI vi

DAFTAR GAMBAR viii

DAFTAR TABEL ix

INTISARI x

ABSTRAK xi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Pertanyaan Penelitian 5

1.3. Tujuan Penelitian 5

1.4. Manfaat Penelitian 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7

2.1. Inovasi dalam Sektor Publik 7

2.1.1. Definisi, Karakteristik, dan Komponen Inovasi 7

2.1.2. Jenis dan Strategi Inovasi di Sektor Publik 10

2.2. Pendekatan *Best Practice Innovation* 12

2.2.1. Pengertian *Best Practice* 12

2.2.2. Aspek dan Kriteria *Best Practice Innovation* 13

2.3. Kerangka Penelitian 14

2.4. Penelitian Terdahulu 21

BAB III METODE PENELITIAN 30

3.1. Jenis Penelitian 30

3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 30

Analisis Best Practice pada Keberhasilan Lapak Ganjar sebagai Inovasi Pemanfaatan Media Sosial dalam
Upaya Pemberdayaan UMKM di Jawa Tengah
FIESTA INKA PURWOKO, Prof. Dr. Agus Heruanto Hadna, S.I.P., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.2.1. Sumber Data 30
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data 34
3.3. Analisis Data 35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 37
4.1. Tentang Lapak Ganjar 37
4.2. Pelaksanaan Lapak Ganjar 38
4.3. Lapak Ganjar sebagai Inovasi Pemberdayaan UMKM 39
4.4. Faktor-Faktor Keberhasilan Lapak Ganjar 40
4.4.1. Aspek Kepemimpinan (*Leadership*) 40
4.4.2. Aspek Kemitraan (*Partnership*) 46
4.4.3. Aspek Keberlanjutan (*Sustainability*) 53
4.4.4. Aspek Dampak (*Impact*) 57
4.4.5. Aspek Kemampuan untuk Ditransfer/Replikasi (*Transferability*) 67
4.4.6. Pemetaan Hasil Analisis 73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 80
5.1. Kesimpulan 80
5.2. Saran 81
DAFTAR PUSTAKA 83
LAMPIRAN PERTANYAAN WAWANCARA 87