

## INTISARI

Pandemi Covid-19 mengakibatkan penurunan pendapatan dan kesulitan akses pemasaran bagi UMKM. Untuk itu perlu dilakukan upaya pemulihan daya beli masyarakat sekaligus mendorong pembelian produk UMKM dan perlunya fasilitas terhadap pemasaran produk UMKM melalui layanan berbasis daring. Dalam rangka membantu pemasaran UMKM maka Dinas Koperasi dan UKM memberikan stimulus melalui program SiBakul *markethub free* ongkos kirim. Tujuan dari program SiBakul *markethub free* ongkos kirim adalah membantu pemasaran secara daring bagi UMKM yang terdampak Covid-19 dengan bantuan ongkos kirim. Tujuan penelitian ini adalah mengevaluasi bagaimana penerapan program SiBakul *markethub free* ongkos kirim yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY. Penelitian ini menggunakan metode campuran yaitu menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif. Lokasi penelitian dilakukan pada Dinas Koperasi dan UKM DIY. Sumber data primer diperoleh dari wawancara, observasi, dan kuesioner sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari dokumentasi, catatan, laporan yang berkaitan dengan program SiBakul *markethub free* ongkos kirim. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner. Hasil evaluasi *input* yaitu tersedianya sumber daya manusia yang memadai, anggaran berasal dari APBD, dan sarana dan prasarana belum sepenuhnya terpenuhi. Hasil evaluasi *process*, proses sosialisasi yang lebih banyak ditujukan kepada pelaku UMKM dan kurang ditujukan kepada masyarakat umum sebagai calon konsumen, proses bisnis yang memakan waktu lama dan proses kurasi model baru lebih efektif dibandingkan model lama. Hasil evaluasi *output*, program SiBakul *markethub free* ongkos kirim telah menghasilkan sebanyak 1.965 peserta dengan 3.092 produk yang beragam dan nominal pembelanjaan yang dihasilkan di tahun 2020 dan 2021 untuk masing-masing sebesar Rp 2.268.652.170 dan Rp 3.523.265.050. Hasil evaluasi *outcome*, UMKM mengalami peningkatan pesanan yang diimbangi dengan perluasan akses pasar dan peningkatan omzet usaha.

**Kata kunci:** Program, Evaluasi, UMKM, Pemasaran, SiBakul *markethub*

## **ABSTRACT**

*The Covid-19 pandemic resulted in decreased revenue and difficult marketing access for MSMEs. Therefore, it is necessary to recovery the purchasing power of the community while encouraging the purchase of MSMEs products and need for facilities to market MSMEs products through online-based services. To help the marketing of MSMEs, the Department of Cooperatives and SMEs provides stimulus through the SiBakul markethub free delivery fee program. The purpose of the SiBakul markethub free delivery fee program is to help digital marketing for MSMEs affected by Covid-19 with free delivery fee. The purpose of this research is to evaluate how the implementation of SiBakul markethub free delivery fee program conducted by the Department of Cooperatives and SMEs. This research uses a mixed method that combines qualitative and quantitative methods. The research site was conducted at the Department of Cooperatives and SMEs of the Special Region of Yogyakarta. Primary data sources were obtained from interviews, observations, and questionnaires, while secondary data obtained from documentation, records, reports related to the SiBakul markethub free delivery fee program. Data collection techniques used are interviews, observations, documentation and questionnaires. The results of the input evaluation are the availability of adequate human resources, the budges from regional budget (APBD), and facilities and infrastructure have not been fully fulfilled. The results of the process evaluation, in the socialization process are more aimed at MSMEs and less aimed to general public as potential consumers, business process that take a long time and the curation process of new model more effective than the old model. The results of the output evaluation, SiBakul markethub free delivery fee program has 1.965 participants with 3.092 diverse product and nominal spending generated in 2020 and 2021 for IDR 2.268.652.170 and IDR 3.523.265.050. The results of the outcome evaluation, MSMEs having an increase in orders that offset by the expansion of market access and increased business turnover.*

**Keywords:** Program, Evaluation, MSMEs, Marketing, SiBakul markethub