

**CONTRIBUTION AND ROLE OF CHILDREN-FRIENDLY OPEN PUBLIC AREA
OF TAMAN OLAHRAGA SILAMPARI (TOS) ON MICRO SMALL AND MEDIUM
ENTERPRISE DEVELOPMENT IN LUBUKLINGGAU CITY**

**KONTRIBUSI DAN PERAN RUANG PUBLIK TERBUKA RAMAH ANAK
(RPTRA)
TAMAN OLAHRAGA SILAMPARI (TOS) DALAM PENGEMBANGAN
UMKM DI KOTA LUBUKLINGGAU**

Susyanto Tunut^{1*}, Metha Adtya Putri²
Universitas PGRI Silampari^{1,2}

susyantotunut@gmail.com¹, metha.adtyaputri@unpari.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to analyze the contribution and role of the Silampari Sports Park (TOS) RPTRA in the development of MSMEs in Lubuklinggau City. The research was conducted from September 2023 to December 2023. The research was carried out using quantitative descriptive methods. Data was obtained through a questionnaire given to MSME actors who were active in TOS. Data were analyzed using tabulation analysis. The research results show that TOS's contribution to the development of MSMEs in Lubuklinggau City includes: providing market access for MSMEs, providing employment opportunities, and increasing MSME income; Meanwhile, TOS's role in developing SMEs in Lubuklinggau City is in developing an entrepreneurial spirit and as a product promotion media.

Keywords: MSME, Entrepreneurship, Market Access

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi dan peran RPTRA Taman Olah Raga Silampari (TOS) terhadap pengembangan UMKM di Kota Lubuklinggau. Penelitian dilakukan pada bulan September 2023 sampai dengan bulan Desember 2023. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif. Data diperoleh melalui kuesioner yang berikan kepada Pelaku UMKM yang beraktivitas di TOS. Data dianalisis dengan analisis tabulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontribusi TOS dalam pengembangan UMKM di Kota Lubuklinggau meliputi: penyediaan akses pasar bagi UMKM, menyediakan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan UMKM; sedangkan peran TOS dalam pengembangan UMKM di Kota Lubuklinggau adalah dalam hal mengembangkan jiwa kewirausahaan dan sebagai media promosi produk.

Kata Kunci: UMKM, kewirausahaan, akses pasar

PENDAHULUAN

Kemenkop-UKM (2020) mencatat tren perbaikan Rasio Kewirausahaan di Indonesia yang telah mencapai 3,3 persen pada tahun 2019. Menurut *The Global Entrepreneur and Development Institute*, Indeks Kewirausahaan Indonesia mendapat skor 26,0 dan berada di peringkat 75 dari 137 Negara. Pada tingkat ASEAN, Indonesia berada di peringkat 6 dari 10 Negara. Kemenkop-UKM juga mencatat beberapa permasalahan dalam pengembangan UMKM di Indonesia. Beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM di Indonesia seperti:

manajemen, organisasi, teknologi, permodalan, operasional. Permasalahan juga dihadapi pada tataran teknis di lapangan, seperti: terbatasnya akses pasar, perizinan, dan biaya non-teknis di lapangan yang sulit dihindarkan.

Pentingnya akses pasar bagi UMKM telah banyak dilaporkan oleh para peneliti. Putri, dkk (2020), Sedyastuti, K. (2018), dan Anggoro dan Pertiwi (2023), masing-masing melaporkan hasil penelitian yang menunjukkan pentingnya akses pasar bagi UMKM.

Jin, Jiayi (2020) menyatakan bahwa para Perencana perkotaan

merancang stabilitas lingkungan dengan memberikan fokus pada ruang ketiga. Ruang ketiga berperan dalam memperkokoh hubungan masyarakat. Terminologi ruang ketiga diperkenalkan oleh sosiolog Ray Oldenburg pada tahun 1999. Ruang ketiga merujuk pada tempat dimana masyarakat memanfaatkan waktu diantara rumah (tempat pertama) dan tempat bekerja (ruang kedua). Ruang ketiga sebagai lokasi pertukaran ide, rekreasi, dan membangun hubungan sosial. Berdasarkan gagasan Ray Oldenburg, tempat ketiga adalah ruang publik yang dikelola secara teratur, sukarela, informal, dan menjadi tempat berkumpulnya masyarakat melampaui dunia kerja dan rumah.

Jin, Jiayi (2020) selanjutnya menyatakan bahwa ruang ketiga ditujukan sebagai tempat interaksi sosial dan meningkatkan komunikasi diantara semua kelompok sosial. Hal ini sekaligus dapat berperan dalam menyelesaikan masalah ruang sosial. Ruang ketiga memiliki sejumlah ciri penting dalam membangun masyarakat. Dalam hal ini, ruang ketiga lebih mengarah kepada ruang publik. Ruang publik tersebut dapat berupa ruang terbuka hijau, sisi jalan/trotoar, dan ruang semi-publik seperti halaman yang dapat berkontribusi dalam memperkaya interaksi sosial. Hal ini akan berdampak pada pengurangan jarak social diantara kelompok masyarakat.

Bachtiar dkk. (2023) mengutip Oldenburg (1989) menyatakan bahwa Ruang Ketiga memiliki karakter sebagai berikut:

1. Netral, dimana pengunjung dapat secara bebas mengakses ruang tanpa batasan dan beban harus menjadi tuan rumah.
2. Setara, dimana ruang memberikan kesempatan bagi seluruh golongan

dan segmen warga untuk bisa menikmatinya.

3. Komunikasi aktif, dimana perbincangan adalah aktivitas utama yang terjadi dan dilakukan secara kasual, informal menyenangkan dan rileks.
4. Kemudahan akses, dimana Ruang Ketiga dapat dengan mudah diakses sepanjang waktu dan memudahkan untuk kembali/rutin dikunjungi.
4. Reguler, dimana ruang memiliki kelompok/komunitas yang rutin menggunakan sehingga memunculkan daya tarik dan nuansa khas.
5. *Low Profile*, suasana cenderung sederhana, tidak menonjol.
6. Playful, dimana mood yang muncul umumnya menyenangkan, rileks dan tidak menyentuh hal formal.
7. Serasa rumah, dimana ruang ketiga memberikan kesan yang familiar, serasa rumah sendiri.

Undang-Undang Nomor: 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang memberikan definisi tentang Ruang Terbuka Hijau. Menurut Undang-Undang ini, Ruang terbuka hijau adalah area memanjang/jalur dan/atau mengelompok, yang penggunaannya lebih bersifat terbuka, tempat tumbuh tanaman, baik yang tumbuh secara alamiah maupun yang sengaja ditanam. Merujuk pada Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 196 Tahun 2015, tujuan RPTRA adalah untuk membantu warga sekitar khususnya perempuan dan anak yang tinggal di wilayah padat penduduk (Prakoso dan Dewi, 2018). Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) mengandung unsur sosial, sehingga RPTRA juga bisa dimanfaatkan oleh semua kalangan masyarakat. TOS dipilih menjadi salah satu Ruang Publik Terpadu ramah anak (RPTRA) karena banyaknya pengunjung yang datang ke TOS untuk

berolah raga, mengunjungi area bermain anak-anak ataupun datang hanya untuk menikmati jajanan kuliner yang ada di sana karena banyaknya UMKM yang berdagang disana.

Dalam Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 196 Tahun 2015, diatur ketentuan mengenai Tugas dan Fungsi dibangunnya RPTRA. Tugas RPTRA yaitu: a) menyediakan ruang terbuka untuk memenuhi hak anak agar anak dapat hidup, tumbuh, berkembang dan berpartisipasi secara optimal sesuai dengan harkat dan martabat kemanusiaan; b) menyediakan prasarana dan sarana kemitraan antara Pemerintah Daerah dan masyarakat dalam memenuhi hak anak; c) menyediakan prasarana dan sarana kota sebagai Kota Layak Anak; d) menyediakan prasarana dan sarana untuk pelaksanaan kegiatan 10 (sepuluh) program pokok PKK; e) meningkatkan pencapaian ruang terbuka hijau dan tempat penyerapan air tanah; dan f) meningkatkan prasarana dan sarana kegiatan sosial warga termasuk pengembangan pengetahuan dan keterampilan Kader PKK.

Pasal 6 Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 196 Tahun 2015 mengatur fungsi RPTRA. Fungsi RPTRA yaitu sebagai : a) Taman terbuka publik; b) Wahana permainan dan tumbuh kembang anak; c) prasarana dan sarana kemitraan antara Pemerintah Daerah dengan masyarakat dalam memenuhi hak anak; d) bagian dari prasarana dan sarana Kota Layak Anak; e) ruang terbuka hijau dan tempat penyerapan air tanah; f) prasarana dan sarana kegiatan sosial warga termasuk pengembangan pengetahuan dan keterampilan Kader PKK; g) usaha peningkatan pendapatan keluarga; h) pusat informasi dan konsultasi keluarga; i) halaman keluarga yang asri teratur indah dan nyaman; dan j) sistem informasi manajemen.

Banyak penelitian yang menunjukkan pentingnya pemanfaatan RPTRA dalam pengembangan akses pasar bagi UMKM. Penelitian yang berkaitan dengan pemanfaatan RPTRA bagi pengembangan UMKM antara lain dilaporkan oleh Lukito, dkk (2022), Sedyastuti, K. (2018), dan Kurniullah, A.Z. (2020).

Taman Olahraga Silampari (TOS) merupakan salah satu Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) di Kota Lubuklinggau. TOS berlokasi di Kelurahan Airkuti Kecamatan Lubuklinggau Timur I. TOS diresmikan penggunaannya pada Tahun 2017. RPTRA ini merupakan hasil peningkatan fungsi dari bangunan semula, yaitu Stadion Sepakbola Silampari.

Pantauan saat ini menunjukkan bahwa RPTRA TOS telah menjadi salah satu tempat favorit bagi pelaku UMKM di Kota Lubuklinggau untuk menjajakan dagangannya. Pada akhir pekan sekitar 70-100 pelaku UMKM menggelar dagangannya di sekeliling RPTRA TOS, termasuk di tepi *Jogging Track*. Fenomena ini dapat diartikan adanya potensi pasar (penawaran dan permintaan) produk UMKM di RPTRA TOS. Keberadaan Pelaku UMKM yang melakukan kegiatan di sekitar TOS memberikan manfaat bagi Pengunjung. Selain dapat berolahraga dan melakukan kegiatan rekreatif lainnya, Pengunjung juga dapat berbelanja. Di sisi lain, apabila tidak dikelola dengan baik dan benar, keberadaan Pelaku UMKM tersebut dapat mengganggu kenyamanan pengunjung. Hal tersebut juga dapat mengganggu keberlanjutan usaha Pelaku UMKM dan keberlanjutan RPTRA TOS. Untuk itu perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis bagaimana kontribusi dan peran RTPRA TOS bagi pengembangan UMKM di Kota Lubuklinggau.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif. Subjek penelitian adalah seluruh pelaku UMKM yang melakukan aktivitas usaha di TOS. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Data hasil penelitian diolah dengan teknik tabulasi. Analisis dilakukan dengan cara analisis tabulasi. Penelitian dilakukan pada bulan September 2023 sampai dengan bulan Desember 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil

1. Gambaran Umum Keadaan Taman Olah Raga Silampari

Taman Olahraga Silampari (TOS) merupakan peningkatan dan pengembangan dari Stadion Olahraga Silampari. Peningkatan dan pengembangan tersebut mulai dilakukan pada tahun 2016, sejalan dengan penyerahan Stadion Olahraga Silampari dari Aset Pemerintah Kabupaten Musi Rawas ke Pemerintah Kota Lubuklinggau.

Peningkatan dan pengembangan TOS sesuai dengan Misi 3 Walikota Lubuklinggau sebagaimana diatur dalam Peraturan Daerah Kota Lubuklinggau Nomor 4 Tahun 2019 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Lubuklinggau Tahun 2018-2023. Misi 3 Walikota Lubuklinggau tersebut yaitu meningkatkan infrastruktur daerah yang berwawasan lingkungan. Salah satu arah kebijakannya adalah peningkatan kualitas dan kuantitas fasilitas publik melalui pembangunan dan pengembangan Taman Olahraga di setiap Kecamatan.

Pengelolaan TOS semula dilaksanakan oleh Dinas Perumahan dan Pemukiman. Sejak 14 Juni 2023, pengelolaan berpindah ke Dinas Pemuda

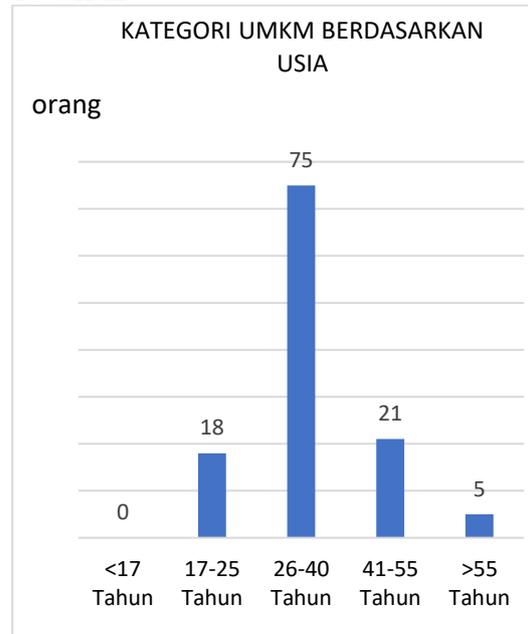
dan Olahraga melalui Unit Pelaksana Teknis Pengelolaan Sarana dan Prasarana Olahraga. Hal ini diatur dalam Peraturan Walikota Lubuklinggau Nomor 9 Tahun 2023.

Fasilitas yang terdapat di TOS saat ini adalah Arena Parkir, Lapangan Sepak Bola, Lapangan Bola Voli, Lapangan Bola Basket, Arena Bermain Anak, Kios/Lapak UMKM dan Toilet. TOS juga dilengkapi dengan penerangan umum PJU dan *Highmass Lamp*.

2. Demografi UMKM

a. Kategori UMKM Berdasarkan Usia

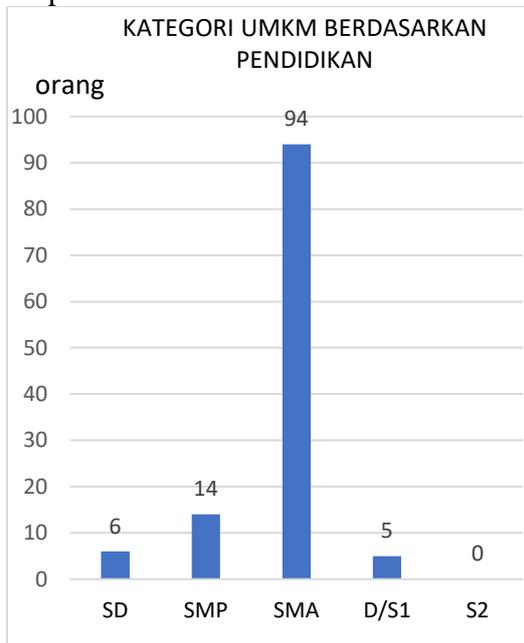
Kategori UMKM berdasarkan usia disajikan pada Gambar 1. Sebagaimana ditunjukkan oleh Gambar 1, bahwa pelaku UMKM yang beroperasi di TOS didominasi oleh pedagang dengan usia 26-40 tahun sebanyak 75 orang (63 persen), usia 41-55 tahun sebanyak 21 orang (18 persen), usia 17-26 tahun sebanyak 18 orang (15 persen), usia lebih dari 55 tahun sebanyak 5 orang (4 persen). Tidak terdapat pedagang yang berusia di bawah 17 tahun.



Gambar 1. Kategori UMKM Berdasarkan Usia

b. Kategori UMKM Berdasarkan Pendidikan

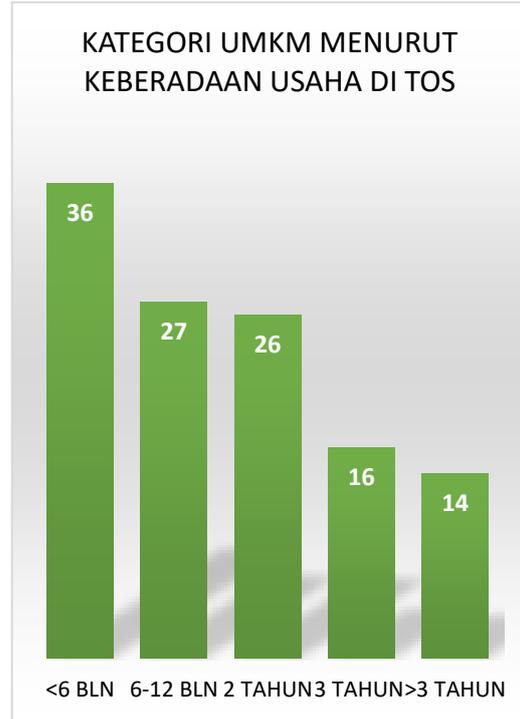
Sebaran UMKM menurut kategori Pendidikan dapat dilihat pada Gambar 2. Berdasarkan tingkat Pendidikan yang dimiliki, pelaku UMKM di TOS terdiri dari berpendidikan SD sebanyak 6 orang (5 persen), berpendidikan SMP sebanyak 14 orang (12 persen), berpendidikan SMA sebanyak 94 orang (79 persen), berpendidikan Diploma/Strata 1 sebanyak 5 orang (4 persen). Tidak terdapat pelaku UMKM yang berpendidikan S2.



Gambar 2. Kategori UMKM Berdasarkan Pendidikan

b. Kategori UMKM Menurut Keberadaan Usaha di TOS

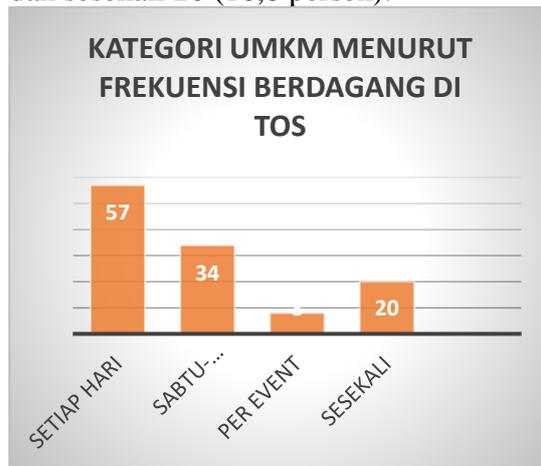
Kategori UMKM menurut keberadaan usaha di TOS disajikan pada Gambar 3. Sebaran UMKM menurut usia beroperasi di TOS adalah sebagaimana terlihat pada Gambar 4.5. UMKM yang telah beroperasi di TOS 3 (tiga) tahun atau lebih berjumlah 14 (11,8 persen), 3 (tiga) tahun sebanyak 16 (13,4 persen), 2 (dua) tahun sebanyak 26 (21,8 persen), 6 sampai 12 bulan sebanyak 27 (22,7 persen) dan kurang dari 6 bulan sebanyak 36 (30,3 persen).



Gambar 3. Kategori UMKM Menurut Keberadaan Usaha di TOS

c. Karakteristik UMKM Menurut Frekuensi Beroperasi di TOS

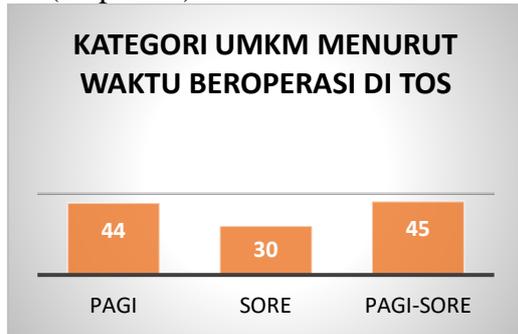
Keberadaan UMKM Menurut Frekuensi Beroperasi di TOS dapat dilihat pada Gambar 4. Kategori UMKM menurut frekuensi berdagang di TOS terdiri dari berdagang setiap hari 57 (47,9 persen), Sabtu dan Minggu 34 (28,6 persen), Per event 8 (6,7 persen) dan sesekali 20 (16,8 persen).



Gambar 4. Kategori UMKM Menurut Frekuensi Beroperasi di TOS

c. Karakteristik UMKM Menurut Waktu Beroperasi di TOS

Kategori UMKM Menurut Frekuensi Beroperasi di TOS disajikan pada Tabel 5. Berdasarkan waktu berjualan di TOS, UMKM terdiri dari berjualan Pagi 44 (37 persen), Sore 30 (25 persen) dan sepanjang Pagi dan Sore 45 (38 persen).



Gambar 5. Kategori UMKM Menurut Waktu Beroperasi Di TOS

d. Karakteristik UMKM Menurut Kegiatan Usaha Selain Di TOS

Kategori UMKM menurut kegiatan usaha selain di TOS dapat dilihat pada Gambar 6. Berdasarkan tempat kegiatan usahanya UMKM di TOS melakukan aktivitas usaha di Rumah sebanyak 18 (15 persen), di Toko 20 (17 persen), berdagang Keliling 48 (40 persen), secara On Line sebanyak 15 (13 persen) dan hanya berjualan di TOS sebanyak 16 (13 persen).

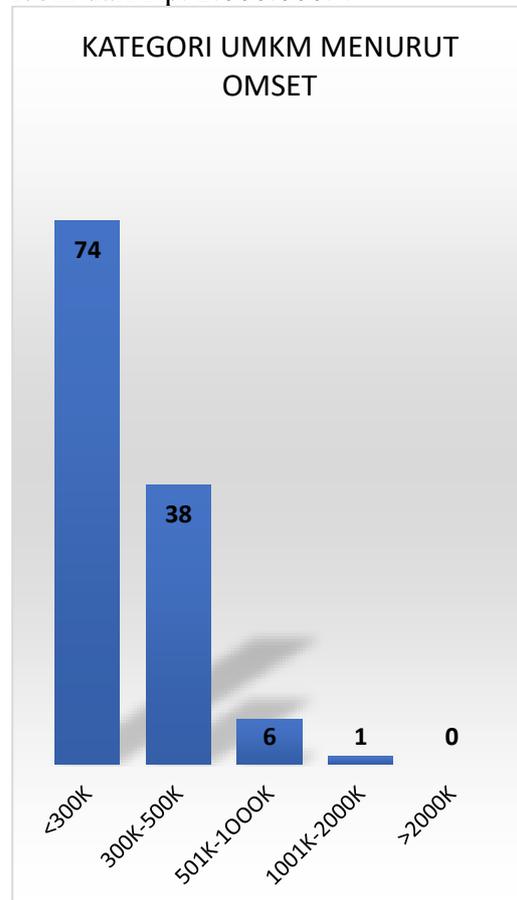


Gambar 6. Kategori UMKM Menurut Kegiatan Usaha Selain Di TOS

3. Keadaan Permodalan UMKM Yang Berusaha di TOS

a. Kategori UMKM Berdasarkan Omset Usaha

Omset usaha UMKM yang beroperasi di TOS dapat dilihat pada Gambar 7. Omset usaha UMKM yang berjualan di TOS memiliki kisaran kurang dari Rp. 300.000.- sebanyak 74 (62 persen), Rp.300.000.- sampai dengan Rp. 500.000.- sebanyak 38 (31,9 persen), Rp. 501.000.- - Rp. 1.000.000.- sebanyak 6 (5 persen), dan omset dari Rp. 1.001.000.- sampai dengan Rp. 2.000.000,- sebanyak 1 (0,1 persen). Tidak terdapat UMKM dengan omset lebih dari Rp. 2.000.000.-.

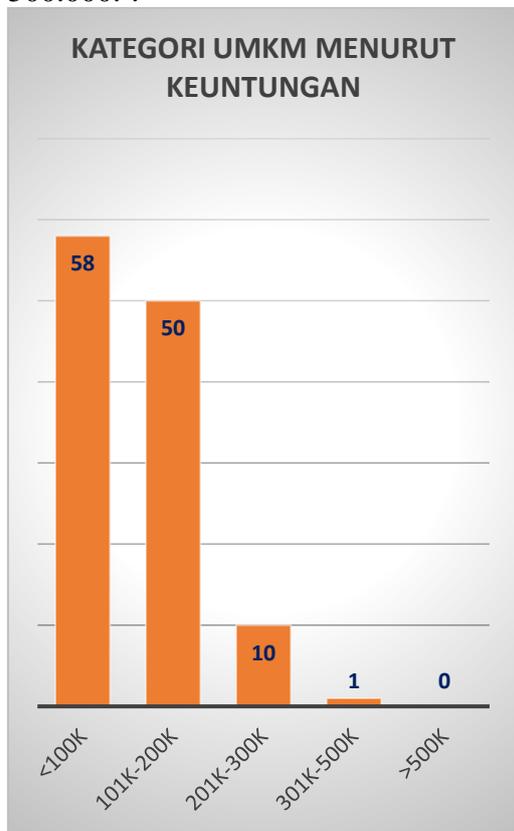


Gambar 7. Kategori UMKM Berdasarkan Omset Usaha

b. Kategori UMKM Berdasarkan Keuntungan Usaha

Keuntungan Usaha UMKM yang beroperasi di TOS dapat dirinci

sebagaimana terlihat pada Gambar 8. Keuntungan UMKM dari usahanya di TOS masing-masing sebesar kurang dari Rp. 100.000.- sebanyak 58 (48,7 persen), sebesar Rp. 100.000.- sampai dengan Rp. 200.000.-, sebanyak 50 (42 persen), sebesar Rp. 201.000.- sampai dengan Rp. 300.000.- sebanyak 10 (8,4 persen), dan sebesar Rp. 301.000.- sampai dengan Rp. 500.000.- sebanyak 1 (0,9 persen). Tidak terdapat pedagang yang mendapatkan untung lebih dari Rp. 500.000.-.



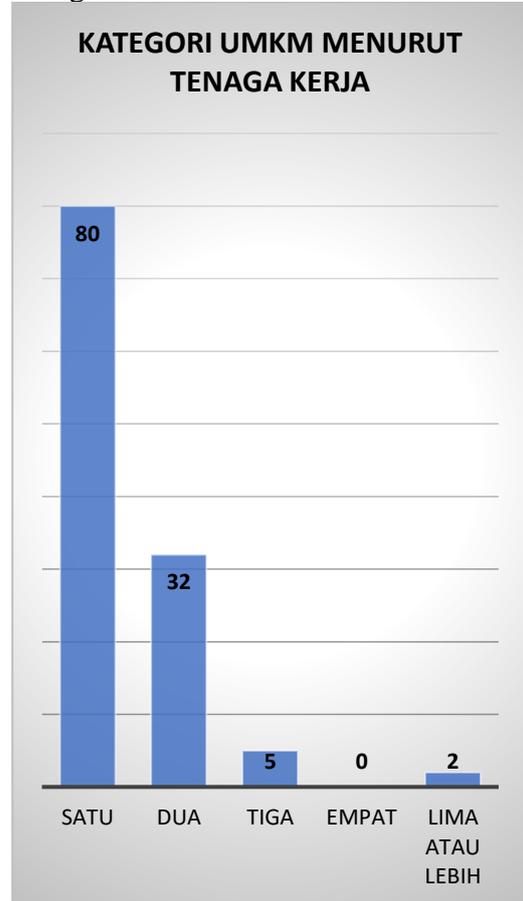
Gambar 8. Kategori UMKM Berdasarkan Keuntungan Usaha

4. Keadaan Sumberdaya Manusia Yang Berusaha di TOS

a. Kategori UMKM Berdasarkan Jumlah Tenaga Yang Terlibat

Berdasarkan jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam usaha UMKM yang beroperasi di TOS secara rinci dapat dilihat pada Gambar 9. Berdasarkan penyerapan tenaga kerja, UMKM yang menggunakan tenaga kerja 1 (satu) orang

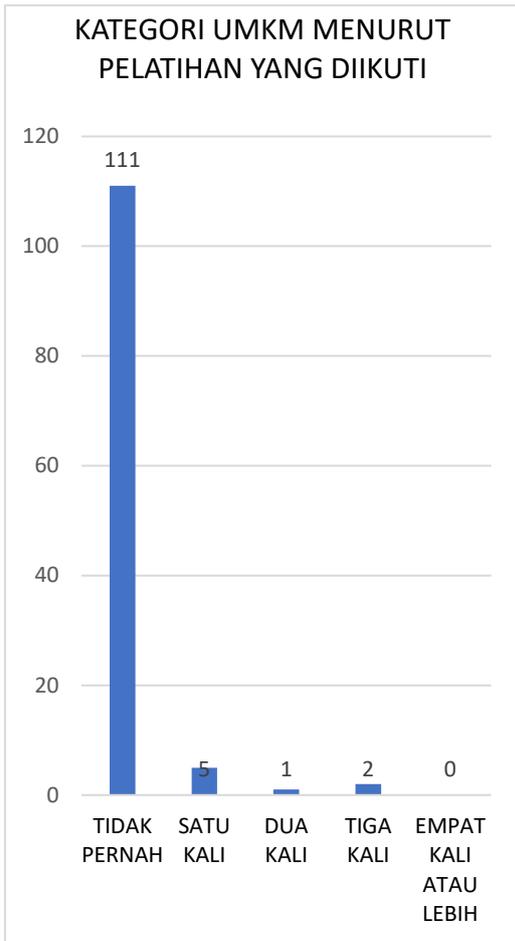
sebanyak 80 (67,3 persen), 2 (dua) orang sebanyak 32 (27 persen), 3 (tiga) orang sebanyak 5 (4 persen) dan lima orang atau lebih sebanyak 2 (dua) atau sebesar 1,7 persen. Tidak terdapat UMKM yang menggunakan tenaga kerja 4 (empat) orang.



Gambar 9. Kategori UMKM Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja Yang Terlibat

b. Kategori UMKM Berdasarkan Frekuensi Pelatihan Yang Diikuti

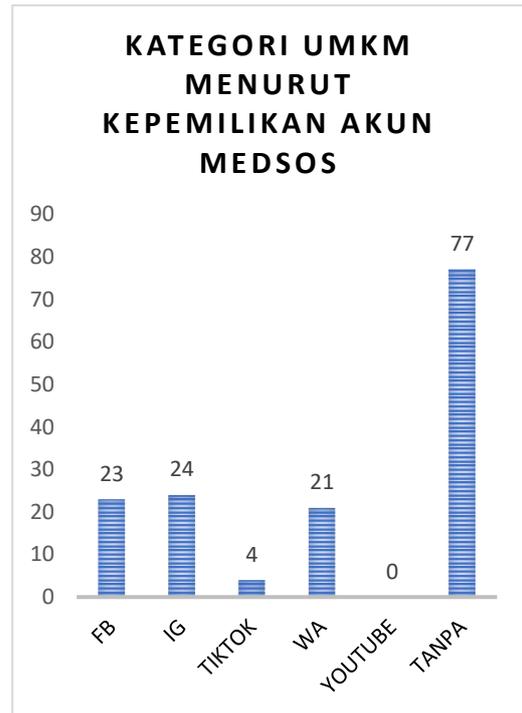
Berdasarkan frekuensi pelatihan yang diikuti, kategori UMKM yang beroperasi di TOS dapat dilihat pada Tabel 10. Sebaran UMKM yang tidak pernah mengikuti Diklat sebanyak 111 (93,3 persen), 1 (satu) kali sebanyak 5 (4,2 persen), 2 (dua) kali sebanyak 1 (satu) atau sebesar 0,8 persen, dan yang pernah mengikuti Diklat 2 (dua) kali sebanyak 2 (1,6 persen). Tidak terdapat UMKM yang pernah mengikuti Diklat 4 (empat) kali atau lebih.



Gambar 10. Kategori UMKM Berdasarkan Frekuensi Pelatihan Yang Diikuti

c. Kategori UMKM Berdasarkan Kepemilikan Akun Media Sosial

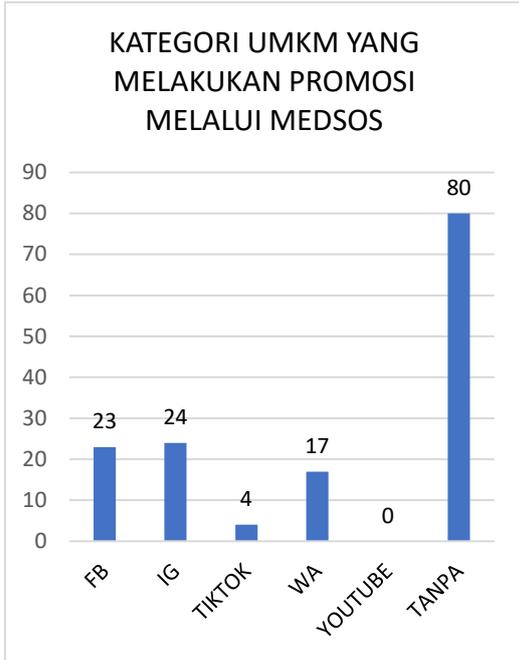
Kategori UMKM berdasarkan kepemilikan akun media sosial disajikan pada Gambar 11. UMKM yang memiliki akun media sosial Facebook (FB) sebanyak 22 (18,5 persen), Instagram (IG) sebanyak 24 orang (20,2 persen), Tiktok sebanyak 4 (empat) atau 3,4 persen, Whatsaap (WA) sebanyak 21 (17,6 persen). Tidak terdapat UMKM yang memiliki akun media sosial berupa Youtube. UMKM yang tidak memiliki satu pun media social sebanyak 77 (64,7 persen). UMKM ada yang memiliki lebih dari satu jenis akun media sosial. Diantaranya memiliki FB, IG dan WA, atau IG dan WA, atau FB dan WA.



Gambar 11. Kategori UMKM Berdasarkan Kepemilikan Akun Media Sosial

d. Kategori UMKM Berdasarkan Promosi Melalui Media Sosial

Keadaan UMKM menurut pemanfaatan akun media sosial sebagai media promosi produk/usaha disajikan pada Gambar 12. UMKM menggunakan FB sebagai media promosi sebanyak 23 (19,3 persen), menggunakan IG sebanyak 24 (20,2 persen), menggunakan Tiktok 4 (3,4 persen), menggunakan WA sebanyak 17 (14,3 persen). UMKM yang tidak menggunakan media sosial sebagai sarana promosi sebanyak 80 (67,2 persen). Sebagaimana kepemilikan media sosial, maka terdapat UMKM yang memanfaatkan media sosial secara lebih dari satu jenis media social secara bersamaan. Kombinasi pemanfaatan media social oleh UMKM terdiri dari: FB, IG dan Tiktok; FB, IG dan WA; FB dan IG; FB dan WA, IG dan WA, IG dan Tiktok, FB dan Tiktok.



Gambar 12. Kategori UMKM Berdasarkan Promosi Usaha Melalui Media Sosial

e. Kategori UMKM Berdasarkan Keanggotaan Pada Organisasi Bisnis

Kategori UMKM berdasarkan keanggotaan pada organisasi bisnis disajikan pada Gambar 13.



Gambar 13. Kategori UMKM Berdasarkan Keanggotaan Pada Organisasi Bisnis

Keberadaan UMKM di TOS berdasarkan keikutsertaannya menjadi salah satu organisasi bisnis/paguyuban terdiri dari 11 (9,2 persen) pernah atau masih menjadi anggota salah satu organisasi bisnis/paguyuban, sedangkan sebanyak 108 (90,8 persen) tidak atau belum pernah menjadi anggota organisasi bisnis/paguyuban.

Pembahasan Kontribusi TOS Dalam Pengembangan UMKM Di Kota Lubuklinggau

a. Kontribusi TOS Dalam Penyediaan Akses Pasar Bagi UMKM

Kegiatan usaha UMKM di TOS memiliki beberapa pola. Pola tersebut adalah selain berdagang di TOS: melakukan aktivitas usaha di Rumah sebanyak 18 (15 persen), di Tokoh 20 (17 persen), berdagang Keliling 48 (40 persen), secara *On Line* sebanyak 15 (13 persen) dan hanya berjualan di TOS sebanyak 16 (13 persen). Persentase tersebut mencakup juga kombinasi pola usaha dengan lebih dari dua cara. Kombinasi cara berjualan yang dilakukan selain di TOS, juga dilakukan di Rumah, di Toko, Keliling dan secara *On Line*. Terdapat 4 (empat) UMKM yang melakukan kegiatan dagangnya di TOS, di Rumah, dan juga secara *On Line*. Selain berdasarkan tempat/cara berdagang, Pola Usaha pelaku UMKM juga didasarkan atas waktu berjualan. Kategori UMKM menurut frekuensi berdagang di TOS terdiri dari berdagang setiap hari 57 (47,9 persen), Sabtu dan Minggu 34 (28,6 persen), Per event 8 (6,7 persen) dan sesekali 20 (16,8 persen). Berdasarkan waktu berjualan di TOS, UMKM terdiri dari berjualan Pagi 44 (37 persen), Sore 25 persen) dan sepanjang Pagi dan Sore 45 (38 persen). Pola ini membantu UMKM dalam memaksimalkan waktu yang dimiliki untuk melakukan aktivitas dagangnya.

Maksimalisasi waktu ini memberikan kesempatan UMKM untuk menambah penghasilannya. Pola ini membuat UMKM lebih produktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan TOS memberikan kontribusi dalam Pola Usaha UMKM. Pola Usaha ini membuat UMKM dapat memperluas akses pasar.

b. Kontribusi TOS Dalam Menyediakan Lapangan Kerja

Penelitian ini menemukan fenomena meningkatnya pemanfaatan TOS untuk aktivitas UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi peningkatan jumlah UMKM secara signifikan dalam rentang waktu 3 (tiga) tahun terakhir. UMKM yang telah beroperasi di TOS 3 (tiga) tahun atau lebih berjumlah 14 (11,8 persen), 3 (tiga) tahun sebanyak 16 (13,4 persen), 2 (dua) tahun sebanyak 26 (21,8 persen), 6 sampai 12 bulan sebanyak 27 (22,7 persen) dan kurang dari 6 bulan sebanyak 36 (30,3 persen). Peningkatan jumlah UMKM yang beroperasi di TOS selama 3 (tiga) tahun diilustrasikan pada gambar 4.20.

c. Kontribusi TOS Dalam Peningkatan Pendapatan UMKM

Bertambahnya akses pasar dan meningkatnya pola usaha akan meningkatkan pendapatan UMKM. Penelitian ini menunjukkan penambahan pendapatan yang diperoleh UMKM dari keuntungan beroperasi di TOS. Kisaran keuntungan UMKM dari usahanya di TOS masing-masing sebesar kurang dari Rp. 100.000.- sebanyak 58 (48,7 persen), sebesar Rp. 100.000.- sampai dengan Rp. 200.000.-, sebanyak 50 (42 persen), sebesar Rp. 201.000.- sampai dengan Rp. 300.000.- sebanyak 10 (8,4 persen), dan sebesar Rp. 301.000.- sampai dengan Rp. 500.000.- sebanyak 1 (0,9 persen). Jika diambil nilai tengah dari

masing-masing kelompok, maka keuntungan kumulatif yang diraih oleh UMKM, khususnya hari Minggu, adalah sebesar Rp. 12.950.000.- (Dua belas juta sembilan ratus lima puluh ribu rupiah). Penambahan pendapatan untuk setiap tenaga kerja sebesar Rp. 76.627.- (tujuh puluh enam ribu enam ratus dua puluh tujuh rupiah).

Peran TOS Dalam Mengembangkan UMKM Di Kota Lubuklinggau

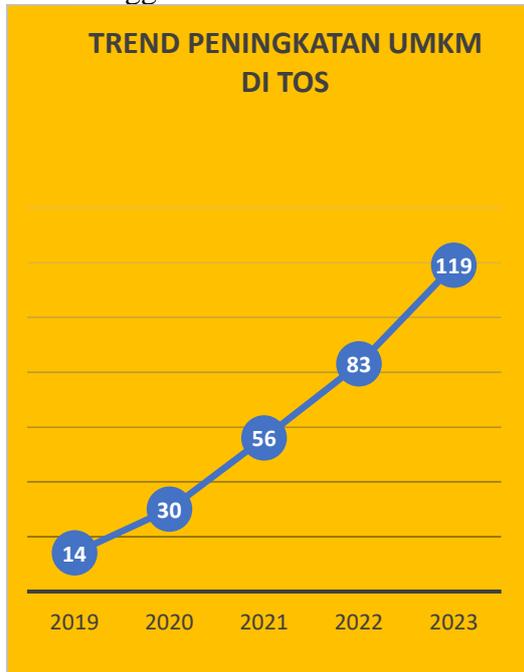
a. Peran TOS Mengembangkan Jiwa Kewirausahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM didominasi oleh generasi milenial sebanyak 75 orang (63 persen). Pelaku UMKM yang termasuk dalam generasi Z sebanyak 18 orang (15 persen). Keberadaan Generasi Milenial dan Generasi Z dalam kegiatan UMKM merupakan potensi untuk mencetak masyarakat yang bermental entrepreneur. Menurut Yudhistira (2023) menyebutkan bahwa rasio kewirausahaan Indonesia masih rendah, yakni hanya 3,47 persen dari total penduduk. Negara Singapura mencapai 8,76 persen, Malaysia dan Thailand masing-masing sudah di atas 4,5 persen. Demikian juga negara maju rata-rata sudah 10-12 persen. Keberadaan generasi milenial dan generasi z dalam UMKM akan mendorong peningkatan rasio kewirausahaan di Indonesia, khususnya di Kota Lubuklinggau.

Selain usia, karakteristik demografi UMKM dapat dilihat juga dari tingkat pendidikannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM di TOS didominasi oleh masyarakat berpendidikan SMA sebanyak 94 orang (79 persen). Penelitian Nainggolan (2016) dan Hasanah dkk (2020) menemukan bahwa tingkat pendidikan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha. Sebaliknya,

penggunaan modal dan teknologi memiliki pengaruh yang signifikan. Terkait dengan fenomena ini, pemerintah dapat mengarahkan kebijakan pengembangan dan peningkatan kapasitas kewirausahaan bagi generasi milenial dan generasi Z melalui insentif dalam hal akses terhadap permodalan dan teknologi.

UMKM yang melakukan usaha di TOS menunjukkan kecenderungan meningkat tajam selama 3 (tiga) tahun terakhir. Tren peningkatan UMKM tersebut ditunjukkan oleh Gambar 14. Mengikuti hukum permintaan dan penawaran, peningkatan jumlah UMKM tersebut dapat terjadi dikarenakan adanya peningkatan aktivitas di TOS, yang diiringi dengan naiknya daya beli masyarakat. Naiknya daya beli masyarakat seiring dengan kenaikan pertumbuhan ekonomi di Kota Lubuklinggau.



Gambar 14. Tren Jumlah UMKM Yang Beroperasi di TOS Menurut Waktu

Gambar 15. menunjukkan perkembangan PDRB Kota Lubuklinggau selama 2010-2022 (BPS Kota Lubuklinggau, 2023). Peningkatan

jumlah UMKM ini sejalan dengan hasil penelitian Tunut, S dan Ratih Eka Sakti (2022) yang menemukan adanya pergeseran PDRB sektor perdagangan di daerah perkotaan dalam Provinsi Sumatera Selatan paska Pandemi Covid-19.

Kontribusi TOS dalam penyerapan tenaga kerja secara kumulatif sebanyak 169 orang. Penyerapan tenaga kerja didominasi oleh oleh UMKM dengan tenaga kerja 1 (satu) orang sebanyak 80 (67,3 persen) dan tenaga kerja 2 (dua) orang sebanyak 32 (27 persen). Selebihnya UMKM mempekerjakan 3 (tiga) orang sebanyak 5 (4 persen dan lima orang atau lebih sebanyak 2 (dua) atau sebesar 1,7 persen.

Perlu dilakukan percermatan lebih lanjut terkait kecenderungan bertambahnya jumlah pedagang di TOS yang cukup pesat dalam masa satu tahun terakhir. Apakah bertambahnya jumlah pedagang/UMKM tersebut disebabkan oleh semakin banyaknya pengunjung akibat membaiknya kondisi perekonomian masyarakat, ataukah justru karena sulitnya mendapatkan lapangan kerja.



Gambar 15. Perkembangan PDRB Kota Lubuklinggau 2018-2022

b. Peran TOS Sebagai Media Promosi Produk UMKM

Penelitian ini menunjukkan perilaku penggunaan media sosial oleh UMKM. Hasil penelitian ini menunjukkan kepemilikan akun media sosial. Media sosial Facebook (FB), Instagram (IG), Whatsaap (WA) merupakan media sosial yang populer digunakan. Penggunaanya sebanyak 21 sampai 24 persen dari UMKM. UMKM kategori ini ada yang memiliki lebih dari satu jenis akun media sosial. Diantaranya memiliki FB, IG dan WA, atau IG dan WA, atau FB dan WA. Meskipun demikian masih terdapat 77 (64,7 persen) yang tidak memiliki akun media sosial. Hal ini tidak berbanding lurus dengan karakteristik generasi milenial dan generasi z yang mendominasi UMKM.

Menurut Dimock (2019) siapapun yang lahir antara 1981 dan 1996 (usia 23 sampai 38 pada 2019) disebut sebagai Millennial, dan siapapun yang lahir dari tahun 1997 dan sesudahnya adalah bagian generasi baru (Generasi Z). Generasi millennial memiliki cenderung lebih optimis dan high achievers, mereka memiliki keyakinan bahwa mereka berpotensi menjadi hebat. Dalam bekerja mereka menyukai kelompok atau tim kerja, namun di sisi lain mereka merupakan generasi yang dinilai individualis. Mereka bertumbuh di era informasi digital dimana merupakan generasi pertama yang menikmati mudahnya mendapatkan segala jenis informasi tanpa perlu bertanya pada orang lain.

Bruce Tulgan (2013) menyebutkan bahwa Generasi Z memiliki 5 karakteristik utama. Pertama, media sosial adalah gambaran tentang masa depan generasi ini. Gen Z merupakan generasi yang tidak pernah mengenal dunia yang benar-benar terasing dari keberadaan orang lain. Media sosial

menegaskan bahwa seseorang tidak dapat berbicara dengan siapa pun, di mana pun, dan kapan pun. Media sosial menjadi jembatan atas keterasingan, karena semua orang dapat terhubung, berkomunikasi, dan berinteraksi. Ini berkaitan dengan karakteristik kedua, bahwa keterhubungan Gen Z dengan orang lain adalah hal yang terpenting. Ketiga, kesenjangan keterampilan dimungkinkan terjadi dalam generasi Z. Ini yang menyebabkan upaya mentransfer keterampilan dari generasi sebelumnya seperti komunikasi interpersonal, budaya kerja, keterampilan teknis dan berpikir kritis harus intensif dilakukan. Keempat, kemudahan Gen Z menjelajah dan terkoneksi dengan banyak orang di berbagai tempat secara virtual melalui koneksi internet, menyebabkan pengalaman mereka menjelajah secara geografis menjadi terbatas.

Jika dibandingkan dengan ciri-ciri Generasi Millennial dan Gen Z, pelaku UMKM yang beroperasi di TOS belum sepenuhnya mencerminkan sifat dan karakter yang seharusnya melekat. Hal ini dapat dilihat dari rendahnya literasi terhadap media sosial. Kepemilikan akun media social dan pemanfaatannya untuk promosi produk belum dilakukan secara optimal. Hal ini perlu diteliti lebih lanjut, mengingat penelitian ini tidak mencakup kepemilikan telepon pintar/android di kalangan UMKM.

Belum optimalnya penggunaan media sosial di kalangan responden juga dimungkinkan karena sebagian besar responden tidak pernah mengikuti pendidikan atau pelatihan bisnis (111 atau 93,3 persen) dan tidak mengikuti organisasi/perkumpulan/paguyuban bisnis (108 atau 90,6 persen). Siswanto dan Satriawan (2023) dalam penelitiannya menemukan bahwa pendidikan dan pelatihan memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap motivasi UMKM. Putri dkk (2023) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa pelatihan pelaku UMKM meningkatkan inovasi dan jejaring bagi mereka.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kontribusi dan peran TOS dalam mengembangkan UMKM di Kota Lubuklinggau. Kontribusi TOS dalam pengembangan UMKM di Kota Lubuklinggau meliputi: penyediaan akses pasar bagi UMKM, menyediakan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan UMKM. Sedangkan peran TOS dalam pengembangan UMKM di Kota Lubuklinggau adalah dalam hal mengembangkan jiwa kewirausahaan dan sebagai media promosi produk.

Agar fungsi TOS sebagai Ruang Ketiga Publik tetap terjaga perlu dilakukan penataan kelembagaan dan penataan areal beserta fasilitasnya. Pembinaan terhadap UMKM yang ada perlu terus dilakukan sehingga dapat mendorong peningkatan kualitas usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, B. Y., & Pertiwi, T. K. (2023). Peran Pendamping Untuk Memperluas Akses Pasar Nasabah Btpn Syariah Yang Berprofesi Sebagai Pelaku Umkm. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2).
- Bachtiar, F., Rejeki, V., Tarigan, R., Ardiyanto, A., & Muljadinata, A. S. (2023). Kesesuaian Ruang Publik Di Dki Jakarta Sebagai Ruang Ketiga Di Era Digital. *Jurnal Arsitektur, Bangunan dan Lingkungan*, 12(2), 143-154.
- Eklom, M. (2016). Challenges facing food processing

MSEs in Tanzania: A qualitative case study of the sunflower oil industry in Babati, Manyara.

- BPS. 2023. Lubuklinggau Dalam Angka. Kantor BPS Kota Lubuklinggau. Lubuklinggau.
- Bruce Tulgan and RainmakerThinking, Inc. 2013. Meet Generation Z: The second generation within the giant "Millennial" cohort. RainmakerThinking, Inc. 125 Lawrence St. New Haven, CT 06511 203-772-2002 www.RainmakerThinking.com
- Dimock, Michael. 2019. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center. Washington. <https://pewrsr.ch/2szqtJz>
- Fuadi, Debi S, dkk. 2021. Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. **Diklus: Jurnal Pendidikan Sekolah**, [S.l.], v.5, n.1, p.1-13, mar.2021. ISSN 2685-9637. Available at: <https://journal.uny.ac.id/index.php/jurnaldiklus/article/view/37122>. Date accessed: 23 July 2023. doi: <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>.
- Gamage, Naradda, S. K., Ekanayake, E., Abeyrathne, G., Prasanna, R., Jayasundara, J., & Rajapakshe, P. (2020). A Review of Global Challenges and Survival Strategies of Small and Medium Enterprises (SMEs). *Economies*, 8(4), 79. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/economies8040079>
- Ifekwem, Nkiruka, and Ogundeinde Adedamola. 2016. Survival Strategies and Sustainability of Small and Medium Enterprises in the Oshodi-Isolo Local

- Government Area of Lagos State. *Acta Universitatis Sapientiae, Economics and Business* 4: 103–18. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)] [[Green Version](#)]
- Jin, Jiayi. 2020. *Re-envisioning the Third Place: Reconnecting Spatial Networks in the Historic Urban Landscape*. UNSPECIFIED . UNSPECIFIED. Department of Architecture and Built Environment Northumbria University Newcastle. <http://nrl.northumbria.ac.uk/id/eprint/45317>
- Kemenkop-UKM. 2021. Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan UKM Tahun 2020-2024-Revisi I. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. Jakarta.
- Kurniullah, A. Z. (2023). *Pengembangan Ekosistem Kewirausahaan Usaha Mikro Kecil Menengah Kategori Akomodasi Penyediaan Makanan Minuman dan Industri Pengolahan Berbasis Jejaring Komunikasi Bisnis Digital Di DKI Jakarta* (Doctoral dissertation, UNS (Sebelas Maret University)).
- Lukito, N., Santosa, W., Ekawanto, I., & Chandra, K. (2022). Bagaimana Mempertahankan Kualitas Produksi UMKM Wilayah Kelurahan Krendang Kecamatan Tambora, Jakarta Barat. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(2), 292-302. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v3i2.965>
- Nainggolan, Romauli. 2016. Gender, Tingkat Pendidikan dan Lama Usaha Sebagai Determinan Penghasilan UMKM Kota Surabaya. *KINERJA*, Volume 20, No.1, Th. 2016: Hal. 1-12. Yogyakarta. <https://doi.org/10.24002/kinerja.v20i1.693>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117 - 127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Siswanto, Topan dan Satriawan, Satriawan. 2023. **Pengaruh Pendidikan, Pelatihan (Diklat) Dan Pendampingan Terhadap Motivasi Usaha Umkm Pada Plut Kumkm Provinsi Nusa Tenggara Barat. Jurnal Kompetitif : Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Akuntansi**, [S.l.], v. 7, n. 1, p. 56-63, mar. 2021. ISSN 2621-6620. Available at: <https://e-journal.unizar.ac.id/index.php/kompetitif/article/view/353>>. Date accessed: 06 dec. 2023
- Prakoso, S., & Dewi, J. (2018, March). Child-friendly integrated public spaces (RPTRA): Uses and sense of attachment. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 126, No. 1, p. 012199). IOP Publishing.
- Putri, S. Y., Astuti, W. R. D., & Situmeang, N. (2020). Pelatihan Penggunaan Sosial Media untuk Mengembangkan Akses Pasar bagi UMKM Kabupaten Serang. *Jurnal Comunitã Servizio*, 2(2), 437-446.
- Putri, Librina Tria, Dkk. 2023. Pelatihan Peningkatan Pengetahuan Tentang Pentingnya Inovasi Dan Networking Dalam Menjalankan Usaha Bagi Umkm

- Wanita Di Bangkinang Kota Kabupaten Kampar. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan*. E-ISSN: 2598-6449P-ISSN: 2580-4111. Vol. 7, No. 2, Agustus 2023 . Hal 239-245.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127.
- Sindy Yulia Putri, Dwi Astuti, W. R., & Situmeang, N. (2020). Pelatihan Penggunaan Sosial Media untuk Mengembangkan Akses Pasar bagi UMKM Kabupaten Serang. *JURNAL ComunitÃ Servizio*, 2 (2), 437 - 446.
<https://doi.org/10.33541/cs.v2i2.1996>
- Sedyastuti, K. (2018). Pelatihan Penggunaan Smartphone untuk Melakukan Foto Produk dan Editing Foto sebagai Pembuatan Iklan Produk bagi Anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur. *Jurnal Inovasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 123-134.
<https://doi.org/10.54082/jipmm.34>
- Susyanto Tunut dan Ratih Eka Sakti. 2022. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pergeseran Lapangan Usaha PDRB Kabupaten dan Kota di Provinsi Sumatera Selatan. Vol 5 No 2 (2023): *Journal of Management and Bussines (JOMB)*. Hal: 859-870.
<https://doi.org/10.31539/jomb.v5i2>
- Yudhistira, Aria W. 2023. "Jumlah Wirausahawan di Indonesia Ganjal Pertumbuhan Ekonomi-Analisis-Data-Katadata"
, <https://katadata.co.id/ariayudhistira/analisisdata/6464b3d3c584e/jumlah-wirausahawan-di-indonesia-ganjal-pertumbuhan-ekonomi>
- Yudho Anggoro, B, & Pertiwi, T. K. (2023). Peran Pendamping Untuk Memperluas Akses Pasar Nasabah Btpn Syariah Yang Berprofesi Sebagai Pelaku Umkm. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 197-201. Retrieved from https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/Karya_Jpm/article/view/327