

POLICY BRIEF

UMKM NAIK KELAS MELALUI UMKM GO-DIGITAL

Policy Brief ini ditulis oleh:
Novi Prawitasari
Rustan Amarullah
Kemal Hidayah

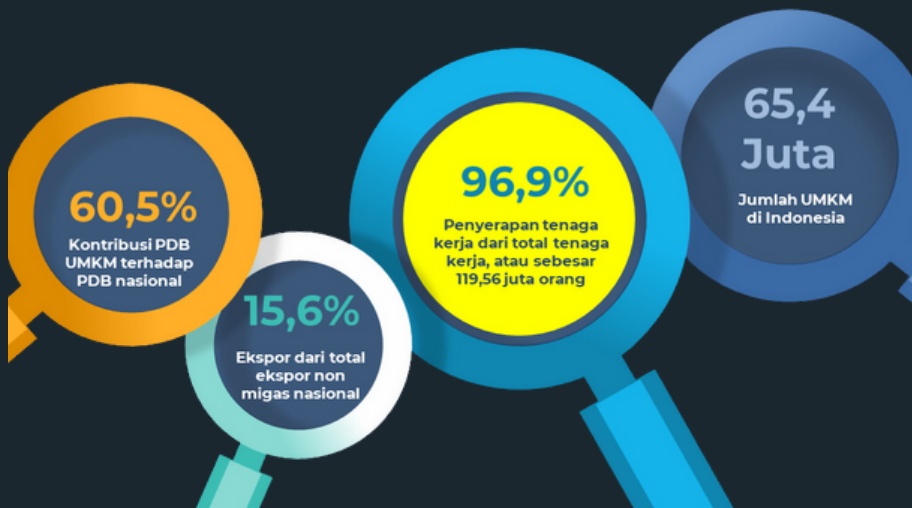
Policy Brief ini ditujukan untuk:
Pemerintah Daerah
Kementerian Koperasi & UMKM
Kementerian Komunikasi dan Informatika
Perguruan Tinggi

PENDAHULUAN

Sebagaimana kita ketahui, posisi UMKM sejak dulu menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. UMKM berperan berkontribusi dalam pertumbuhan PDB, perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja, penyediaan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif, serta kontribusinya dalam ekspor dan penciptaan modal tetap/investasi (LK Kemenkop-UMK, 2022).

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kontribusi UMKM sebesar 60,5% terhadap PDB Nasional, ditambah lagi dengan target memasukkan 30 juta UMKM ke dalam ekosistem digital di tahun 2024, membawa peluang pasar dan pelanggan bagi bagi UMKM. Namun, digitalisasi pada UMKM menghadapi kendala kecakapan digital dan akses terhadap digitalisasi UMKM. Walaupun telah menggunakan smartphone dalam kesehariannya, namun belum mahir menggunakan teknologi digital dalam bisnis. Hal ini ditambah lagi dengan sedikitnya keikutsertaan dalam pelatihan digital yang dilaksanakan pemerintah daerah. Policy brief ini menawarkan lima alternatif kebijakan untuk mendorong UMKM dapat go digital khususnya di luar Pulau Jawa, antara lain membentuk kluster UMKM digital, menyusun program mentor-mentee digital, serta memperbanyak variasi program peningkatan kemampuan digital UMKM.



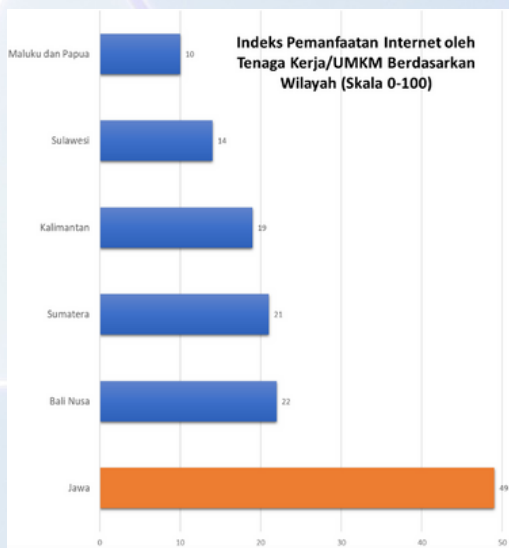
Pada Hari UMKM Nasional 2023, pemerintah menetapkan tema "Transformasi UMKM di Masa Depan". Secara tidak langsung, kita diingatkan kembali dengan target pemerintah untuk memasukkan 30 juta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ke dalam ekosistem digital sampai dengan akhir tahun 2024 (Investor.id, 2023). Pentingnya memulai transformasi digital, karena melihat bahwa pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan produktivitas dan meningkatkan daya saing UMKM Indonesia. UMKM dapat memiliki berbagai saluran distribusi pemasaran digital secara bersamaan. Pemasaran digital perlu digunakan oleh pelaku UMKM sebagai konsekuensi dari perubahan perilaku konsumen yang semakin banyak belanja melalui platform digital (Holiseh & Izzatusholekha, 2023).

Hadirnya digitalisasi pada UMKM membawa banyak peluang bagi UMKM agar mereka dapat mendominasi pasar domestik (Mawarsari, 2023). Dengan Go-Digital, UMKM dapat memperoleh keuntungan diantaranya, meningkatkan efisiensi dan produktivitas UMKM; membuka pasar dan pelanggan baru; UMKM bisa bersaing lebih baik dengan perusahaan besar; serta membantu UMKM untuk meningkatkan *financial stability* dan *sustainability* (Mawarsari, 2023).

Meski demikian, digitalisasi pada UMKM menghadapi beberapa tantangan utama diantaranya masih rendahnya pengetahuan dan akses terhadap digitalisasi UMKM sehingga upaya *scaling-up* yang belum optimal.

DESKRIPSI MASALAH

Kementerian Informasi dan Komunikasi pada akhir Tahun 2022 mempublikasikan Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI), dimana pilar pemberdayaan yang menunjukkan literasi dan kapasitas masyarakat (khususnya UMKM) dalam memanfaatkan teknologi digital mendapatkan skor terendah (22,06 dari 100). Hasil Kajian Kebutuhan Program *Mastercard Strive* Indonesia yang dilakukan oleh Mercy Corps Indonesia terhadap 474 pelaku UMKM di Jawa barat (2023) menunjukkan salah satu tantangan terbesar yang dihadapi UMKM adalah kecakapan digital. Sekitar 34% mengatakan bahwa mereka tidak cukup mahir untuk menggunakan teknologi digital dalam bisnis mereka.



Sumber: East Ventures Digital Competitiveness Index (EV-DCI) 2022

5 Kendala Terbesar UMKM Indonesia dalam Melakukan Transformasi Digital



Sumber: Boston Consulting Group (BCG) & Telkom Indonesia, 2022

Tantangan lainnya adalah kurangnya keterampilan dan pengetahuan digital di kalangan pemilik UMKM dan karyawan, terutama di daerah pedesaan. Hal ini mempersulit mereka dalam memanfaatkan teknologi dengan efisien. Holiseh & Izzatusholekha (2023) menemukan bahwa (1) kurangnya adaptasi UMKM terhadap perkembangan teknologi menyebabkan penjualan dengan *digital marketing* belum optimal; (2) peran Pemda belum optimal di dalam mendorong UMKM ke arah digitalisasi. Dalam penelitiannya, Melany, et al., (2022) menilai pelatihan yang diberikan belum maksimal karena akses yang terbatas, belum tepat sasaran, terkesan hanya menjalankan program, dan belum dipantau secara berkelanjutan.

Selain itu, sedikitnya peluang pasar serta keikutsertaan dalam pelatihan digital maupun dalam program-program yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah juga menjadi hambatan (Daffa, 2023). Hal ini disebabkan oleh keterbatasan dana dalam pemberian pelatihan bagi pelaku UMKM, sehingga peserta pelatihan juga terbatas (antaranews.com, 2019). Ditambah lagi pelatihan yang diberikan dirasa belum tepat sasaran, karena materi pelatihan masih bersifat dasar, padahal kebutuhan pelatihan bagi pelaku UMKM adalah pelatihan yang lebih *advance* (Nisaputra, 2023).

Penelitian lain menjelaskan belum pahamnya sebagian pelaku UMKM dalam menggunakan platform pemasaran digital serta belum tersedia *website* produk penjualan secara bersama melalui koperasi (Sambas, 2022). Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah cepat untuk mewujudkan UMKM *Go-Digital*.

ALTERNATIF SOLUSI

Digitalisasi menjadi peluang bagi UMKM untuk beralih dari perdagangan tradisional ke tren baru yang menerapkan teknologi. Oleh karena itu, tantangan terhadap penguasaan digital oleh pelaku UMKM memerlukan solusi kebijakan yang optimal agar target 30 juta UMKM dapat *Go-Digital* sampai dengan akhir tahun 2024 dapat tercapai.

Alternatif 1: Pemerintah Daerah Memfasilitasi Pembentukan Kluster UMKM Digital

Mengadopsi model pengelolaan *food-court*, pembentukan Kluster UMKM digital menjadi 1 *tenant* utama pada *marketplace* dapat dilakukan oleh pemerintah daerah dalam menutup *gap* kecakapan digital pada beberapa pelaku UMKM baru. Dengan adanya Kluster UMKM digital diharapkan dapat saling membantu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk, mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan kelengkapan produk yang ditawarkan, serta pengelolaan yang lebih teratur.

Pendekatan lain adalah, pada UMKM yang sudah terlebih dahulu *go-online* dapat menjadi rumah besar Kluster yang ada, sehingga UMKM baru dapat langsung join pada Kluster tersebut. Hal ini dilakukan karena UMKM pionir tersebut telah memiliki pangsa pasar awal disamping juga dapat memperluas etalase produk yang ditawarkan dengan dukungan UMKM baru pada kluster besar tersebut. Melalui pembentukan Kluster UMKM Digital tersebut, para UMKM baru dapat segera belajar dan meningkat kemampuan digitalnya.

Alternatif 2: Program Mentor-Mentee Digital

Pemerintah daerah dapat menginisiasi program mentoring di mana UMKM yang telah sukses dalam mengadopsi teknologi dapat menjadi mentor bagi UMKM lainnya. Melalui metode ini diharapkan dapat membantu dalam berbagi pengalaman dan pengetahuan praktis. Pengembangan lain dari program ini adalah fasilitasi forum atau kelompok diskusi di mana UMKM dapat berbagi pengalaman dan *best practices* terkait digitalisasi sehingga dapat menjadi sumber inspirasi dan pembelajaran.

Alternatif 3: UMKM One-Stop Center

Membangun pusat sumber daya digital atau "one-stop center" di mana UMKM dapat mengakses informasi, bantuan teknis, dan sumber daya lainnya terkait dengan digitalisasi. Termasuk didalamnya Pusat Edukasi *Seller* (wadah informasi terbaru seputar penjualan).

Alternatif 4: Memperbanyak Variasi Program Peningkatan Kemampuan Digital UMKM

Pemerintah daerah perlu memperbanyak program pelatihan secara reguler yang fokus pada penggunaan teknologi dan keahlian digital untuk UMKM. Selain itu, diperlukan juga menyiapkan berbagai kursus *online* gratis, webinar gratis atau sekolah kilat virtual kepada pemilik UMKM untuk meningkatkan keterampilan digital mereka. Ini dapat mencakup pelatihan penggunaan perangkat lunak, pelatihan pemasaran digital, manajemen inventaris *online*, atau strategi penjualan digital, dan keamanan *cyber*.

Alternatif 5: Kolaborasi Pendampingan Digital dengan Instansi Pendidikan dan Komunitas Digital

Pemerintah daerah perlu menjalin kolaborasi dan mendorong pelibatan aktif SMK khususnya yang berbasis TI untuk memberikan pendampingan desain produk hingga pemasaran digital. Perguruan Tinggi juga dapat mengambil peran dengan mewajibkan setiap kelompok KKN untuk menjalankan program kerja pendampingan digital untuk UMKM.

Sedangkan kolaborasi pendampingan UMKM dengan komunitas TIK dapat segera dilakukan untuk meningkatkan penetrasi penggunaan pasar digital oleh UMKM, khususnya di daerah yang jauh dan terbatas akses.

REKOMENDASI

Kelima alternatif kebijakan yang ditawarkan di atas memiliki keterkaitan dan tingkat urgensi yang mendesak untuk dilaksanakan. Untuk memperkuat alternatif kebijakan tersebut, pemerintah dan pemerintah daerah dapat terus melakukan kampanye dan sosialisasi untuk meningkatkan kesadaran UMKM akan pentingnya digitalisasi dan teknologi dalam memajukan bisnis mereka. Pemberian penghargaan bagi UMKM berbentuk pengakuan publik, dukungan keuangan tambahan, atau peluang promosi yang lebih besar bagi UMKM yang berhasil mengadopsi teknologi dapat digencarkan sehingga semakin banyak UMKM tertarik untuk Go-Digital.

Ke depannya juga perlu dilakukan pengembangan kemitraan dengan perusahaan teknologi atau penyedia solusi digital untuk memberikan akses lebih mudah dan terjangkau ke teknologi bagi UMKM. Selain itu, diperlukan komitmen pemerintah dan pemerintah daerah dengan memberikan dukungan finansial atau memfasilitasi akses ke lembaga keuangan yang dapat memberikan pinjaman atau hibah khusus untuk investasi dalam teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Daffa. (2023). Dinkop UKM Tangsel Gelar Pelatihan Promosi Digital UMKM. Retrieved from <https://liputankota.com/2023/05/22/dinkop-ukm-tangsel-gelar-pelatihan-promosi-digital-umkm/>.
- Holiseh & Izzatusholekha. (2023). Strategi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Tangerang Selatan Dalam Pengembangan Digitalisasi UMKM. *PENTAHELIX: Jurnal Administrasi Publik*. 1 (2), 201-216
- Melany, Nirwana, A., & Mukhlis, I. (2022). Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Digital untuk UMKM yang Dikelola oleh Perempuan di Kabupaten Malang. *Jurnal Leverage, Engagement, Empowerment of Community*, 4(2), 139-152.
- Nisaputra, Rezkiana (2023). UKM Indonesia Masih Hadapi Tantangan dan Hambatan di Era Digital. Retrieved from <https://infobanknews.com/ukm-indonesia-masih-hadapi-tantangan-dan-hambatan-di-era-digital/>
- Sambas. (2022). SGU Dampingi UMKM di Tangerang Selatan Agar Naik Kelas. Retrieved from <https://banten.antaranews.com/berita/234183/Sgu-Dampingi-Umkm-Di-Tangerang-Selatan-Agar-Naik-Kelas>.