

INDUSTRI KREATIF, FINTECH DAN UMKM DALAM ERA DIGITAL

Editor:

Prof. Carunia Mulya Firdausy, MADE., Ph.D., APU

Judul:

Industri Kreatif, Fintech dan UMKM dalam Era Digital

Perpustakaan Nasional:

Katalog Dalam Terbitan (KDT)

x+158 hlm.; 16 x 24 cm

ISBN: 978-602-60367-8-0

Cetakan Pertama, 2018

Penulis:

Dewi Restu Mangeswuri

Dewi Wuryandani

Niken Paramita Purwanto

Sony Hendra Permana

Hilma Meilani

Nidya Waras Sayekti

Edmira Rivani

Editor:

Prof. Carunia Mulya Firdausy, MADE, Ph.D., APU.

Desain Sampul:

Fajar Wahyudi

Tata Letak:

Tim Kreatif Lingkar Muda Mandiri

Diterbitkan oleh:

Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI

Gedung Nusantara I Lt. 2

Jl. Jenderal Gatot Subroto Jakarta Pusat 10270

Telp. (021) 5715409 Fax. (021) 5715245

Bekerjasama dengan:

Intelgensia Intrans Publishing, Anggota IKAPI

Jl. Joyosuko Metro 42 Malang, Jatim

Telp. 0341- 573650 Fax. 0341-588010

redaksi.intrans@gmail.com

www.intranspublishing.com

Kata Pengantar

Perkembangan teknologi informasi yang disertai dengan semakin meningkatnya internet dan penggunaannya telah membawa ekonomi Indonesia memasuki era baru yakni ekonomi digital. Hadirnya buku dengan judul “Industri Kreatif, Fintech dan UMKM dalam Era Digital” ini sangat tepat di tengah semakin pesatnya kemajuan teknologi. Saya menilai buku ini menarik mengingat revolusi industri 4.0 sudah tidak bisa ditunda lagi. Untuk itu diperlukan sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif agar dapat bersaing dalam menghadapi persaingan di pasar global.

Bahasan dalam buku ini memiliki alur cukup menarik, mulai dari Indonesia yang memasuki era globalisasi dan kemajuan teknologi digital yang menumbuhkan industri kreatif. Di samping itu, buku ini juga melihat kesiapan dan permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dalam memasuki era digital, sampai dengan potensi yang dimiliki pelaku UMKM, khususnya dalam aspek peningkatan akses pemasaran. Selain itu juga dibahas bagaimana teknologi informasi dapat meningkatkan literasi keuangan, khususnya dengan hadirnya industri jasa keuangan digital (fintech). Teknologi informasi juga telah mengubah perilaku masyarakat dalam bertransaksi, di mana penggunaan instrumen pembayaran non-tunai yang meningkat seiring dengan maraknya penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran. Pada setiap tulisan, diuraikan secara jelas bagaimana teknologi informasi telah berperan membawa perubahan yang sangat signifikan bagi ekonomi Indonesia. Namun demikian peran dari pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat menjadi sangat penting dalam keberhasilan perubahan tersebut.

Pada kesempatan yang baik ini, saya sampaikan selamat kepada para peneliti yang dengan tekun dan inovatif telah menghasilkan karya tulis ilmiah (KTI) yang bermanfaat dalam meningkatkan pemahaman

khususnya dalam perkembangan ekonomi digital. Saya juga menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Prof. Dr. Carunia Mulya Firdausy yang telah mencurahkan pikiran dan waktunya dalam merancang tema, *outline* KTI, dan kegiatan editorial lainnya, sehingga buku ini layak untuk diterbitkan. Semoga invensi dan inovasi yang tersaji dalam buku ini bermanfaat bagi terciptanya kemajuan ekonomi Indonesia berbasis teknologi digital. Amin.

Jakarta, September 2018

Kepala Pusat Penelitian
Badan Keahlian DPR RI
Dr. Indra Pahlevi, S.IP., M.Si.

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	xii
Daftar Gambar/Diagram	xviii
Prolog	1

BAB I

INDUSTRI KREATIF INDONESIA DALAM MENGHADAPI TANTANGAN GLOBALISASI

Deni Restu Mangeswuri

I. Pendahuluan	9
II. Potensi Industri Krearif di Indonesia	11
III. Sasaran dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif	18
IV. Tantangan Ekonomi Global	21
V. Dampak Globalisasi terhadap Perkembangan Ekonomi Kreatif	24
VI. Penutup	26
Daftar Pustaka	27

BAB II
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRODUKTIF
MENGGUNAKAN TEKNOLOGI DIGITAL

Dewi Wuryandani

I. Pendahuluan	29
II. Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah	31
III. Masalah yang Dihadapi dalam UMKM	36
IV. Strategi untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM	37
V. Penutup	41
Daftar Pustaka	41

BAB III
KEBIJAKAN PENGEMBANGAN UMKM DI ERA
EKONOMI DIGITAL

Niken Paramita Purwanto

I. Pendahuluan	43
II. Peranan UMKM di Indonesia	44
III. Perkembangan dan Kebijakan terhadap UMKM dalam Mengadaptasi Digital Ekonomi	49
IV. Penutup	53
Daftar Pustaka	54

BAB IV
PEMANFAATAN INTERNET SEBAGAI MEDIA
PEMASARAN BAGI PELAKU UMKM

Sony Hendra Permana

I. Pendahuluan	57
II. Membuat <i>Website</i> Usaha atau Merek Dagang	61
III. Memanfaatkan Media Sosial	64
IV. Memanfaatkan <i>E-Commerce</i>	69
V. Penutup	72
Daftar Pustaka	73

BAB V
STRATEGI PEMERINTAH UNTUK MENINGKATKAN
LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN INDONESIA

Hilma Meilani

I. Pendahuluan	77
II. Pengertian, Tujuan dan Ruang Lingkup Literasi dan Inklusi Keuangan	80
III. Kondisi Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia	83
IV. Strategi dan Program Literasi dan Inklusi Keuangan	92
V. Penutup	104
Daftar Pustaka	106

BAB VI

POTENSI DAN REGULASI FINTECH DI INDONESIA

Nidya Waras Sayekti

I. Pendahuluan	109
II. Potensi Fintech di Indonesia	111
III. Regulasi Fintech	116
IV. Fintech Ancaman Bagi Perbankan	120
V. Penutup	122
Daftar Pustaka	123

BAB VII

**DAMPAK KEBIJAKAN UANG ELEKTRONIK
SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DI INDONESIA**

Edmira Rivani

I. Pendahuluan	125
II. <i>E-Money</i> sebagai Gaya Hidup Baru	127
III. Perkembangan <i>E-Money</i> di Indonesia	130
IV. Dampak dan Kegunaan <i>E-Money</i>	135
V. Penutup	138
Daftar Pustaka	139
Epilog	141
Indeks	147
Biografi Penulis	151
Biografi Editor	157

Daftar Tabel

BAB I

Tabel 1	Pertumbuhan PDB Subsektor Ekonomi Kreatif (persen)	14
---------	--	----

BAB II

Tabel 1	Perbandingan Antara Negara Cina dan Indonesia ...	34
---------	---	----

BAB V

Tabel 1	Indeks Literasi Keuangan Penduduk Indonesia Tahun 2013	83
Tabel 2	Indeks Literasi Keuangan Sektoral 2013-2016	85
Tabel 3	Indeks Inklusi Keuangan Sektoral 2013-2016	86
Tabel 4	Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2016 Berdasarkan Provinsi	87

BAB VI

Tabel 1	Data <i>Peer to Peer Lending</i> Fintech (Januari s.d. Mei 2018)	114
---------	--	-----

BAB VII

Tabel 1	Transaksi Uang Elektronik	132
Tabel 2	Perusahaan Penerbit Uang Elektronik Tahun 2018 ...	133

Daftar Gambar

BAB I

Gambar 1	Gelombang Pergeseran Orientasi Ekonomi	12
Gambar 2	Perkembangan Ekspor Produk Kreatif (USD Miliar)	16
Gambar 3	Tenaga Kerja di Sektor Ekonomi Kreatif (juta orang)	17
Gambar 4	Kolaborasi Unsur Penting Penggerak Industri Kreatif Cendekiawan	19
Gambar 5	Komponen Industri Kreatif	24

BAB II

Gambar 1	<i>Top 10 Ecommerce Market</i>	32
Gambar 2	Statistik Pengguna Internet Indonesia	35

BAB III

Gambar 1	Kontribusi terhadap PDB 2013	47
Gambar 2	Kontribusi Penyerapan Tenaga Kerja 2014	48
Gambar 3	Kontribusi terhadap Ekspor Non Migas 2013	49

BAB IV

Gambar 1	Jumlah Pengguna Internet Berdasarkan Wilayah di Indonesia	58
Gambar 2	Tampilan <i>Website</i> Secara Grafis Pada <i>Wordpress</i>	63

BAB V

Gambar 1	Indeks Literasi Keuangan Asia Pasifik	90
Gambar 2	Pilar Strategi Nasional Keuangan Inklusif	95

Prolog

Industri Kreatif, Instrumen Keuangan dan UMKM dalam Era Ekonomi Digital

Carunia Mulya Firdausy

*Profesor Riset LIPI dan Guru Besar Ekonomi
Universitas Tarumanegara*

PENDAHULUAN

Kondisi perekonomian Indonesia saat ini jauh berbeda dibandingkan dengan kondisi perekonomian 10 tahun lalu. Salah satu pembeda struktur dan konstruksi perekonomian Indonesia dibandingkan 10 tahun lalu yakni pesatnya perkembangan ekonomi digital dan revolusi industri 4.0. Menurut Devezas, et. al. (2017) implikasi dari perkembangan ekonomi digital dan revolusi industri 4.0 sebagai berikut:

“Not only the patterns of consumption and production changed, but it also changes the future work and employment situation. This suggests that conventional economic activities that are previously done by using unskilled laborers and/or by automation technology might be largely replaced by high skill and competencies laborers who are able to utilize information and communication technology advancement brought by the Industry 4.0”.

Pengertian ekonomi digital dapat diartikan secara sederhana sebagai proses jual beli atau transaksi dan pasar yang terjadi di dunia maya atau internet. Ekonomi digital juga merupakan suatu sistem ekonomi yang kompleks dan merupakan fenomena yang baru muncul terkait dengan aspek-aspek ekonomi mikro, ekonomi makro, dan teori organisasi dan administrasi atau dengan kata lain sebagai: *“the virtual arena in which business actually is conducted, value is created and exchanged,*

transactions occur, and one-to-one relationship mature by using any internet initiative as medium of exchange”.

Akibat perkembangan baru di bidang digitalisasi tersebut, sikap dan gaya hidup masyarakat berubah menjadi lebih peka dan kritis terhadap setiap perubahan, yang kemudian menciptakan bentuk interkonektivitas baru antarpelaku ekonomi yang menjadi semakin kreatif, aktif dan produktif. Sejalan dengan perubahan tersebut, maka muncul kesadaran terutama di negara-negara maju untuk tidak hanya mengandalkan kekuatan industri semata, melainkan perlu membangun dan mengandalkan sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif. Salah satu bentuk kesadaran ini yakni berkembangnya ekonomi baru atau yang populer disebut sebagai ekonomi atau industri kreatif. Industri ini dapat diartikan sebagai industri yang mengutamakan bakat, kreativitas, informasi, dan pengetahuan dalam aktivitas operasionalnya.

Selain perkembangan industri atau ekonomi kreatif, perkembangan teknologi digitalisasi juga telah mengubah sistem pembayaran dari sistem pembayaran tunai ke nontunai menggunakan *electronic money* atau uang elektronik. Menurut *Bank for International Settlements*, *e-money* didefinisikan sebagai *stored-value* atau *prepaid* produk di mana catatan dana atau *value* yang tersedia untuk konsumen disimpan pada perangkat elektronik yang dimiliki.

Hasil survei JakPat dalam *Startup Report 2017 Daily Social.Id* menyatakan bahwa *Go-Pay* merupakan uang elektronik yang terpopuler serta paling banyak diminati publik. Sebanyak 50 persen responden yang di survei memiliki uang elektronik yang dikeluarkan oleh perusahaan penyedia jasa transportasi *online Go-Jek*. Sementara *e-money* dari Bank Mandiri dan TCASH milik Telkomsel berada di urutan kedua dan ketiga.

Melihat kondisi tersebut, Bank Indonesia yang memiliki tugas menentukan kebijakan moneter dan mengatur sistem pembayaran telah mengeluarkan kebijakan sistem pembayaran melalui *e-money* yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No. 16/08/PBI/2014. Dengan

adanya alat pembayaran nontunai seperti *e-money* ini diharapkan mampu mengoptimalkan daya beli masyarakat yang sekaligus berdampak pada meningkatnya perekonomian negara. Hal ini karena *e-money* sendiri memberi kemudahan dan keamanan bagi masyarakat sebagai pengguna *e-money*. Kemudahan dan keamanan yang diberikan salah satunya adalah masyarakat tidak perlu membawa uang tunai secara langsung dalam jumlah yang banyak untuk bertransaksi.

Selain perkembangan dalam alat pembayaran nontunai melalui *e-money*, berbagai perusahaan dan/atau industri juga melakukan transformasi dengan menerapkan teknologi informasi dan komunikasi keuangan atau yang lebih dikenal *fintech* (*financial technology*). Keberadaan *fintech* bertujuan untuk membuat masyarakat lebih mudah mengakses produk-produk keuangan, mempermudah transaksi dan juga meningkatkan literasi keuangan.

Fintech ini pertama kali muncul pada tahun 2004 yang diprakarsai oleh Zopa, yaitu institusi keuangan di Inggris yang menjalankan jasa peminjaman uang. Kemudian muncul model keuangan baru melalui perangkat lunak *Bitcoin* yang digagas oleh Satoshi Nakamoto pada tahun 2008. Dalam perspektif sejarah, konsep inti dari pengembangan *fintech* sebenarnya tidak lepas dari aplikasi konsep *peer-to-peer* (P2P) yang digunakan oleh Napster pada tahun 1999 untuk *music sharing* melalui penerapan jaringan komputer.

Walaupun pada awalnya konsep finansial P2P ini diperuntukkan bagi para *start-up* (wirausaha baru) dalam mencari investor untuk membiayai bisnisnya, namun dalam perkembangannya memiliki partisipan yang lebih luas tidak hanya para pemodal untuk menginvestasikan uangnya kepada *start-up* baru. Perusahaan *fintech* dapat menysasar segmen perusahaan (*business to business/B2B*) maupun ritel (*Business to Customer/B2C*). Di Indonesia, *Fintech* memiliki banyak jenis, antara lain *startup* pembayaran, peminjaman (*lending*), perencanaan keuangan (*personal finance*), investasi ritel, pembiayaan (*crowdfunding*), remitansi, dan riset keuangan, untuk menyebut beberapa jenis saja.

Fintech sendiri saat ini sudah mampu menyediakan berbagai aplikasi dan layanan jasa yang diperlukan masyarakat, khususnya jasa di bidang keuangan, mulai dari penyediaan sistem pembayaran dan transfer uang (*mobile wallet*), *platform* layanan manajemen investasi (*sell-buy and advisory*), hingga *peer-to-peer lending or equity*, yang keseluruhannya ditandai oleh satu ciri khas yang sama yakni penyediaan dan pemanfaatan solusi teknologi yang inovatif untuk meningkatkan efisiensi sistem finansial.

Fintech ini memiliki potensi besar dalam mempercepat pembangunan ekonomi inklusif khususnya terkait inklusi keuangan. Dengan *fintech*, layanan jasa keuangan yang ditawarkan tidak saja dapat mencapai lokasi dan masyarakat terbatas, tetapi mampu merambah masyarakat terpencil dan *unbanked people*. *Fintech* juga memiliki keunggulan dalam hal kecepatan, efisiensi dan akuntabilitas. Melalui efisiensi sistem yang dimiliki, perusahaan *fintech* mampu menawarkan akses keuangan dengan biaya operasional yang lebih kompetitif. Di samping itu, dukungan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi seperti *mobile phone* yang semakin maju, membuat potensi *fintech* dalam mendorong peningkatan akses keuangan bagi masyarakat luas menjadi sangat besar.

Mempertimbangkan perkembangan digitalisasi keuangan di atas, literasi keuangan (*financial literacy*) menjadi hal yang mutlak diperlukan. Apalagi literasi keuangan telah memainkan peran yang semakin menonjol dalam reformasi keuangan baik di negara maju maupun negara berkembang, dan digambarkan dalam lingkaran kebijakan global sebagai obat mujarab untuk berbagai krisis keuangan terkini. Peningkatan literasi keuangan telah menjadi isu global dan bahkan mampu memberdayakan konsumen sehingga diyakini akan mendukung upaya stabilitas sistem keuangan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan yang lebih inklusif. *The Consultative Group to Assist the Poor* (CGAP), menyebutkan bahwa inklusi keuangan merupakan usaha yang dilakukan untuk menjamin

seluruh rumah tangga dan kalangan bisnis untuk memiliki akses secara efektif ke jasa keuangan yang dibutuhkan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat luas.

Pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sendiri telah menekankan pentingnya literasi keuangan dengan menerbitkan peraturan Nomor 76/POJK.07/2016. Bahkan dalam peraturan ini, peningkatan literasi keuangan dan inklusi keuangan didukung dengan upaya pemberdayaan terhadap konsumen melalui: (1) ketersediaan akses masyarakat terhadap lembaga, produk dan/atau layanan jasa keuangan; (2) ketersediaan produk dan/atau layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen dan/atau masyarakat. Ketersediaan produk dan/atau layanan jasa keuangan dimaksud dapat diperoleh melalui penciptaan skema atau pengembangan produk dan/atau layanan jasa keuangan sehingga pada akhirnya dapat dimanfaatkan oleh seluruh masyarakat terutama masyarakat menengah ke bawah; dan (3) perlindungan konsumen yang secara tidak langsung memiliki peranan penting dalam stabilitas keuangan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Perkembangan dan pemanfaatan teknologi digital tersebut tentu harus pula diarahkan kepada sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Hal ini karena proporsi UMKM tercatat 99,9% atau sebanyak 62,92 juta unit usaha dari total unit usaha di Indonesia. Sayangnya, kemampuan UMKM dalam berkontribusi terhadap PDB hanya sebesar 61% dan sebagian besar pengusaha, khususnya yang bergerak di sektor usaha mikro masih berada di bawah garis kemiskinan. Dari jumlah tersebut, lebih dari sepertiga UMKM di Indonesia (36%) masih *offline*, sepertiga lainnya (37%) hanya memiliki kemampuan *online* yang sangat mendasar seperti komputer atau akses *broadband*. Hanya sebagian kecil (18%) yang memiliki kemampuan *online* menengah (menggunakan web atau medsos) dan kurang dari sepersepuluh (9%) adalah bisnis *online* lanjutan dengan kemampuan *e-commerce*. Oleh karena itu, perhatian dan dukungan

dari pemerintah mutlak diperlukan agar kontribusi UMKM menjadi lebih signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan daya saing.

Bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sesungguhnya perkembangan internet yang pesat ini merupakan peluang untuk mengatasi salah satu permasalahan pokok yang sering dihadapi oleh UMKM yakni persoalan pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik menyebutkan bahwa masalah pemasaran merupakan masalah utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM setelah permasalahan pendanaan. Selain kedua permasalahan tersebut, permasalahan lain yakni permasalahan bahan baku, kualitas tenaga kerja, dan distribusi transportasi.

Dalam permasalahan pemasaran, meskipun pemerintah telah berupaya memberikan dukungan akses pemasaran bagi UMKM, namun masih belum efektif dalam mengatasi permasalahan tersebut. Salah satu contohnya adalah Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah dengan gerai di gedung SMESCO Jakarta yang telah memberikan layanan kepada mitra sebanyak 1.607 KUKM dan memiliki beberapa kegiatan pameran baik dalam dan luar negeri untuk membuka akses pasar produk unggulan. Namun, layanan ini hanya dirasakan oleh sebagian kecil pelaku UMKM saja. Selain itu, jumlah kunjungan pembeli di gerai tersebut tidak banyak dan masih mengandalkan kunjungan dari karyawan setempat di hari kerja dan/atau di saat *weekend* dan/atau mengandalkan kunjungan tamu pesta pernikahan di gedung SMESCO tersebut.

Buku ini ditujukan untuk mengungkapkan dan mendiskusikan seluruh persoalan di atas dan bagaimana kebijakan dan strategi yang perlu dirumuskan untuk menjawab perkembangan kemajuan ekonomi digital. Sumber data dan informasi untuk mendukung pembahasan dan analisis di masing-masing bab dikumpulkan dari sumber sekunder

berasal dari *web-search*, peraturan perundang-undangan, artikel maupun jurnal terkait serta publikasi yang diterbitkan oleh lembaga pemerintah dan non-pemerintah terkait lainnya. Secara detail sistematika buku ini dijelaskan dalam bagian berikut ini.

SISTIMATIKA BUKU

Buku ini terdiri dari 7 (tujuh) bab. Diawali dengan prolog yang menjelaskan secara singkat latar belakang dan *the state of the art* dari setiap bab dalam buku ini. Bab I menjelaskan implikasi globalisasi ekonomi terhadap pengembangan ekonomi kreatif. Perhatian dalam bab ini ditekankan pada potensi industri kreatif, sasaran dalam pengembangan ekonomi kreatif, tantangan ekonomi global dan bagaimana dampak globalisasi terhadap perkembangan ekonomi kreatif.

Bab II menguraikan dan membahas dampak kebijakan uang eletronik (*e-money*) sebagai alat pembayaran. Pembahasan dalam bab ini diawali dengan penjelasan *e-money* sebagai gaya hidup baru. Kemudian diikuti dengan perkembangan *e-money* dan dampak serta kegunaan *e-money*. Bab III mendiskusikan tentang potensi dan regulasi *fintech*. Isu yang dibahas meliputi perkembangan dan potensi *fintech*, regulasi *fintech* dan *fintech* sebagai ancaman bagi perbankan.

Bab IV mendiskusikan kebijakan pemerintah untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan. Pembahasan meliputi pengertian, tujuan dan ruang lingkup literasi dan inklusi keuangan, bagaimana kondisi literasi dan inklusi keuangan di Indonesia, dan kebijakan pemerintah untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan di Indonesia. Bab V mengungkapkan tentang strategi pengembangan usaha produktif khususnya bagi UMKM dalam menggunakan teknologi digital. Pokok-pokok yang dibahas dalam bab ini meliputi potensi UMKM, faktor pendorong dan penghambat UMKM dan strategi untuk meningkatkan pemasaran UMKM. Bab VI mengungkapkan kebijakan pengembangan UMKM dalam era digital. Dalam bab ini diungkapkan terlebih dahulu

peranan UMKM dan perkembangan UMKM dalam mengadaptasi digital ekonomi.

Kemudian, bab VII mendiskusikan Strategi Pemanfaatan internet sebagai media pemasaran bagi pelaku UMKM. Dalam bab ini dibahas detail bagaimana membuat *website* resmi usaha/merek dagang sebagai identitas resmi usaha untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa usahanya benar-benar nyata. Selain itu juga dijelaskan tentang bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai sarana penjualan bagi pelaku UMKM dan bagaimana memanfaatkan *e-commerce* untuk mendukung akses pemasaran bagi UMKM, baik yang sifatnya sebagai iklan baris, retailer, maupun *marketplace*. Akhirnya, catatan-catatan penting yang harus disikapi kini dan ke depan diberikan pada epilog.

Epilog

Strategi dan Kebijakan Ekonomi Pengembangan Industri Kreatif, Keuangan dan UMKM dalam Era Digital

Carunia Mulya Firdausy

Profesor Riset LIPI dan Guru Besar Ekonomi

Universitas Tarumanegara

Peluang dan Tantangan

Ekonomi digital dan revolusi industri 4.0 di Indonesia tidak dapat dihindari. Implikasi dari ekonomi digital dan revolusi industri 4.0 tidak saja telah merombak struktur ekonomi nasional, tetapi juga telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat di Indonesia. Indonesia telah menyikapi perubahan ini melalui berbagai kebijakan dan strategi ekonomi agar dampak yang ditimbulkan dapat dikurangi sedemikian rupa baik melalui Peraturan Pemerintah No. 82 tahun 2012 maupun melalui kolaborasi *triple helix* antara pemerintah dengan pelaku industri dan akademisi.

Benar memang strategi dan kebijakan menyikapi era digital perlu dilakukan. Apalagi Indonesia telah terlibat dalam perdagangan bebas dan kerja sama ekonomi dengan negara-negara lain. Namun demikian, pemerintah harus waspada dan realistis melihat kondisi pondasi ekonomi internal yang sejak tahun 2012 mengalami pertumbuhan ekonomi melambat nyaris tidak pernah mampu mencapai angka pertumbuhan 6 persen per-tahun. Ditambah lagi dengan berbagai kondisi ekonomi yang belum optimal seperti struktur ekonomi yang masih bias pada

Pulau Jawa dan Sumatera, ketimpangan antarprovinsi dan kabupaten/kota, dominasi kue nasional yang lebih banyak dinikmati oleh 20 persen kelompok terkaya, lapangan kerja yang masih didominasi sektor informal dan UKM, masalah deindustrialisasi, defisit neraca perdagangan dan seterusnya. Kelemahan pondasi ekonomi ini bahkan diperberat lagi dengan ketidakpastian kondisi eksternal global baik sebagai akibat perang dagang Amerika dengan Cina maupun akibat kebijakan ekonomi negara mitra ekonomi Indonesia yang terus membentengi perekonomian negaranya masing-masing.

Oleh karena itu, berbagai permasalahan dan sekaligus tantangan tersebut di atas sebaiknya mampu disikapi dengan strategi dan kebijakan yang kondusif dan bukan dengan cara yang justru kontraproduktif dengan struktur dan karakteristik dualisme ekonomi nasional. Sebaliknya, peluang yang diciptakan dalam era digital dapat dimanfaatkan sesuai potensi yang dimiliki di satu pihak, dan dalam upaya memperbaiki daya saing ekonomi nasional agar manfaat bagi kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan dapat diraih.

Langkah Ke Depan

Peran ekonomi kreatif bagi pertumbuhan ekonomi nasional tidak perlu diragukan lagi. Industri kreatif ini di beberapa tempat telah berkembang relatif pesat. Bahkan beberapa daerah telah sungguh-sungguh menjalankan kebijakan yang berpihak pada pelaku ekonomi kreatif melalui beberapa kebijakan, baik pada aspek pembiayaan, pemasaran, pengembangan kapasitas SDM, fasilitasi, dan perbaikan infrastruktur yang berkaitan langsung dengan usaha peningkatan daya saing.

Dalam pengembangan industri kreatif ke depan, sebelum rencana pengembangan yang disusun dalam *roadmap* dijalankan, perhatian terhadap unsur-unsur yang terlibat dalam proses pengembangan industri kreatif harus lah terlebih dahulu dipahami peranannya mulai dari fase *starting point* sampai industri ini mampu memenuhi

permintaan masyarakat. Perhatian terhadap perkembangan teknologi digital tidak dapat ditawar-tawar lagi agar daya saing industri kreatif ini semakin berkelanjutan.

Dalam mendorong penggunaan dan penerapan transaksi nontunai dengan uang elektronik, Bank Indonesia perlu terus berupaya melakukan pengembangan dan perbaikan terkait sistem maupun aturan tentang transaksi keuangan elektronik. Dengan upaya ini diharapkan transaksi uang elektronik terus menjadi pilihan masyarakat sebagai instrumen transaksi pembayaran demi kemajuan perekonomian global di era digital.

Dalam upaya mengatasi kendala yang berkaitan dengan faktor sosial dan budaya, serta faktor ketersediaan infrastruktur, maka antara pemerintah, pelaku usaha dan masyarakat harus turut andil dalam mensosialisasikan *cashless society*. Pemerintah perlu terus melakukan perkembangan sistem maupun aturan sebagai payung hukum dari uang elektronik itu sendiri. Para pelaku usaha juga harus turut serta mengampanyekan penggunaan uang elektronik dengan menyediakan alat maupun instrumen dari uang elektronik. Masyarakat sendiri juga harus mulai beralih dari semula menggunakan transaksi tunai ke transaksi nontunai khususnya uang elektronik. Harapan kita dengan turut sertanya semua pihak dalam mensosialisasikan transaksi dengan menggunakan uang elektronik maka tidak menutup kemungkinan jika suatu saat nanti negara Indonesia menjadi negara yang menerapkan *cashless society*. Masyarakat selaku calon pengguna atau pengguna alat pembayaran nontunai juga harus bersikap lebih bijak dalam memilih dan menggunakan alat pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan serta fungsinya. Kemudahan dan keamanan yang ada pada *e-money* dapat menjadi bahan pertimbangan penting bagi masyarakat dalam memilih *e-money* sebagai suatu alat pembayaran.

Penggunaan *financial technology* sebagai instrumen keuangan perlu lebih dikembangkan dan ditata kembali oleh pemerintah. Hal ini dimaksudkan agar penggunaan *Fintech*, kegiatan usaha dapat menjadi

lebih efisien dan mampu mengambil pasar yang terkendala oleh jarak dan waktu. Dengan demikian, segmen pasar dapat menjadi lebih luas, bukan hanya *business to business* namun juga *business to customers*. Instrumen ini bagi Indonesia dapat menjadi solusi pemerintah bagi pencapaian tujuan pembangunan mewujudkan keuangan inklusif. Apalagi Indonesia kini merupakan salah satu negara terbesar sebagai pengguna internet.

Selain itu, banyak potensi yang bisa digarap oleh *Fintech Company* dan perusahaan ini dapat bersinergi dengan industri keuangan lokal seperti BPD, BPR, koperasi dan lembaga keuangan mikro agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan yang lebih mapan, melalui pemanfaatan teknologi informasi yang relatif lebih murah dan efisien. Fintech juga dapat dikembangkan untuk merangkul jutaan masyarakat Indonesia untuk masuk ke dalam sektor jasa keuangan, melalui penyediaan kemudahan akses terhadap berbagai produk-produk keuangan yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat, seperti antara lain *e-cash/e-wallet*, *basic saving account*, reksadana, asuransi mikro, serta pembiayaan UKM dan *Start-Up*. Namun demikian, pemerintah dalam hal ini OJK dan pelaku industri Fintech perlu melakukan edukasi terhadap masyarakat mengenai produk dan layanan yang legal agar masyarakat terhindar dari penipuan dan kejahatan keuangan.

Pentingnya edukasi ini karena literasi keuangan masyarakat di Indonesia masih tergolong rendah. Edukasi ini penting untuk mendukung berbagai upaya pemerintah menerbitkan Strategi Nasional Literasi Keuangan (SNLKI) pada tanggal 19 November 2013, diikuti dengan Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) Revisi 2017 sebagai penyesuaian dari SNLKI tahun 2013 untuk mengakomodasi perubahan dan perkembangan literasi dan inklusi keuangan serta mengakselerasi pencapaian indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat. Selain itu juga untuk mendukung Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2016 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif pada tanggal 1 September 2016.

Di samping itu, partisipasi lembaga jasa keuangan dan pemangku kepentingan lainnya, serta pemanfaatan teknologi informasi juga diperlukan agar pencapaian indeks literasi keuangan dapat tercapai sesuai dengan target pemerintah yang dituangkan dalam Peraturan Presiden Nomor 50 Tahun 2017 sebesar 35% di tahun 2019, dan target inklusi keuangan yang dicantumkan dalam Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2016 minimal 75% dari seluruh penduduk dewasa 15 tahun ke atas agar dapat mengakses keuangan ke layanan dan jasa keuangan formal.

Selanjutnya, pengembangan UMKM masih menghadapi permasalahan atau tantangan dalam menyikapi tidak saja globalisasi ekonomi, tetapi juga hadirnya ekonomi digital. Masalah yang dihadapi di antaranya masalah klasik terkait peningkatan kapasitas SDM, akses dan penguasaan teknologi informasi, pembiayaan, dan pendanaan alternatif, manajemen bisnis modern, akses pasar global dan integrasi mata rantai regional dan global. Hal ini dapat dilihat dari kredibilitas usaha kurang memadai, lemahnya manajemen usaha, dan kurangnya media promosi. Namun untuk layanan perbankan khususnya *e-banking* para pelaku UMKM sebagian besar sudah memanfaatkannya, meskipun kecenderungan pemanfaatan layanan *e-banking* masih secara umum untuk semua kegiatan transaksi.

Lemahnya kredibilitas usaha bukan disebabkan karena ketidaktahuan akan pentingnya aspek ini, namun karena kurangnya kemampuan atau *skill* yang dimiliki oleh para pelaku usaha itu sendiri. UMKM kurang mampu dalam membuat pembukuan dan *business plan*, di samping itu juga lemah dalam kemampuan untuk menghasilkan media promosi, identitas usaha serta profil usaha yang relevan dengan kebutuhan era ekonomi digital saat ini.

Menyikapi masalah tersebut, UMKM ke depan perlu menjalin hubungan antara pihak-pihak terkait untuk memecahkan masalah yang masih menghambat UMKM tersebut. Dalam hal ini, pemerintah dan khususnya Kemenkop dan UKM perlu terus menerus melakukan upaya

mewujudkan UMKM yang berdaya saing berbasis digital. Keterlibatan pemerintah daerah dan pihak-pihak eksternal lain seperti perbankan, dan asosiasi/paguyuban menjadi aspek penting bagi UMKM untuk berakselerasi dalam adaptasi memanfaatkan berbagai peluang di sistem ekonomi digital saat ini.

Akhirnya, untuk mengatasi permasalahan pemasaran yang dihadapi UMKM, kehadiran era digital semestinya dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM. Hal ini karena dengan adanya teknologi digital, akses pemasaran bagi pelaku UMKM menjadi murah dan lebih mampu mencapai jangkauan konsumen yang lebih luas. Untuk merealisasikan hal tersebut tiga langkah berikut ini dapat dilakukan. Pertama, pelaku UMKM dapat membuat *website* tentang usahanya maupun produknya melalui penyedia layanan pembuatan *website* yang *ter-hosting*. Pembuatan *website* ini juga dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha apakah akan menggunakan *website* yang berbayar atau yang tidak berbayar. *Kedua*, pelaku UMKM juga dapat memanfaatkan media sosial sebagai saluran pemasarannya. Jangkauannya yang luas dan juga platform bisnis yang dimiliki dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran secara gratis. *Ketiga*, pelaku UMKM dapat memanfaatkan perkembangan *e-commerce* yang cukup pesat saat ini baik dalam bentuk iklan baris, *retailer*, maupun *market place*. Ke semua saluran pemasaran tersebut akan sangat membantu proses pemasaran karena memiliki jangkauan yang luas dan tidak terbatas ruang dan waktu.

Indeks

A

akses 3, 4, 5, 6, 8, 25

akuntabilitas 4

B

bisnis 3, 5, 9, 11, 18, 20, 24,
26, 28

D

data 6, 11, 14

digital 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8

E

E-Commerce 11, 28

e-money 2, 3, 7

Ekonomi 1, 9, 10, 11, 12, 13, 14,
15, 17, 18, 19, 23, 24, 27, 28

F

financial technology 3

finansial 3, 4

fintech 3, 4, 7

G

Global 9, 10, 15, 21, 25, 26,
27, 28

globalisasi 7, 9, 10, 11, 22, 23,
25, 26, 28

I

Indeks 21

Indonesia 1, 2, 3, 5, 7, 9, 10, 11,
13, 14, 15, 16, 17, 18, 21,
22, 23, 24, 26, 27, 28

Industri 1, 2, 10, 11, 12, 19, 24,
26, 27, 28

informasi 2, 3, 4, 6, 9, 10, 11,
12, 20, 25, 26

inklusi 4, 5, 7

inklusi keuangan 4, 5, 7

inovasi 10, 12, 20

internet 1, 2, 6, 8, 25

J

jasa 2, 3, 4, 5, 12, 22, 24, 25, 26

K

kesejahteraan 4, 12, 26

keuangan 3, 4, 5, 7, 9, 21

kolaborasi 18

komunikasi 3, 4, 9, 11, 23, 25

konsumen 2, 4, 5, 20

kontribusi 5, 6, 13, 15

Kreatif 1, 10, 11, 12, 13, 14, 15,
16, 17, 18, 19, 24, 27, 28

kreativitas 2, 10, 12, 18, 21, 24,
26, 27

L

literasi 3, 4, 5, 7

literasi keuangan 3, 4, 5

M

masyarakat 2, 3, 4, 5, 8, 13, 14,
16, 22, 25, 26

Masyarakat Ekonomi ASEAN 9
media sosial 8

N

negara 1, 2, 3, 4, 5, 9, 10, 13, 18,
20, 21, 22, 23, 25, 26, 27

nilai 12, 13, 14, 16, 21, 23

nontunai 2, 3

O

online 2, 5

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 5

P

pasar 1, 6, 9, 16, 18, 21, 22, 25

pemasaran 6, 7, 8, 11, 20, 26, 27

Pembangunan 10, 21, 23, 28

pemerintah 6, 7, 11, 18, 20, 22,
23, 26

Pengembangan 11, 13, 15, 16,
17, 21, 23, 24, 27, 28

peraturan 5, 7

perbankan 7, 22

perekonomian 1, 3, 10, 13, 14,
15, 21, 23, 25, 26

persaingan 13, 26

potensi 4, 7, 9, 12, 16, 18, 23,
24, 26

produk 2, 3, 5, 6, 7, 9, 11, 12,
13, 14, 16, 17, 18, 20, 22,
23, 25

produksi 11, 13, 16, 20, 22, 23, 25

produktif 2, 7, 9, 11, 17, 18

program 22

proses 1, 9, 10, 13, 16, 21, 23,
25, 27

R

ruang lingkup 7

S

sistem pembayaran 2, 4

Strategi 8, 12, 13, 16, 17, 21, 23,
27, 28

subsektor 14, 15, 16, 24

sumber daya 2, 10, 16, 17, 21, 24

T

tantangan 7, 9, 10, 21, 23

teknologi 2, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 11,
18, 20, 21, 24, 25, 26

tenaga kerja 6, 9, 15, 17, 25

transaksi 1, 3

transformasi 3, 12

U

uang elektronik 2

uang tunai 3

UMKM 1, 5, 6, 7, 8, 12, 17, 21,
26, 27

W

web 5, 7, 8

website 8

wirausaha 3, 9

Biografi Penulis

NIDYA WARAS SAYEKTI. Penulis lahir di Jakarta 3 Juli 1978, menyelesaikan pendidikan Diploma Perbankan di Politeknik Universitas Indonesia tahun 1999, Sarjana Ekonomi Manajemen di Universitas Mercu Buana tahun 2003, dan Magister Manajemen Sumber Daya Manusia di Universitas Mercu Buana tahun 2006. Mulai bekerja sejak tahun 2000 sampai dengan 2004 di Bank BNI Unit Usaha Syariah, kemudian pada tahun 2005 bekerja di Sekretariat Badan Urusan Rumah Tangga DPR RI sebagai Staf Pengolah Data, dan tahun 2010 hingga sekarang berkarir sebagai Peneliti Muda Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik pada Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI. Beberapa topik penelitian telah dilakukan, di antaranya Kebijakan Strategis Pembangunan Ekonomi Kelautan di Indonesia (2018), Revitalisasi Pengelolaan Koperasi di Indonesia (2017). Penulis juga telah menghasilkan beberapa karya ilmiah, yaitu: Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia (Info Singkat, 2018), Kebijakan Pembangunan dan Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Pemerintah Kota Tangerang (Bagian Buku Bunga Rampai, 2017); serta Ketimpangan Ekonomi dan Kebijakan Pemerataan Pembangunan di Provinsi Banten (Jurnal, 2017). Email: nidya_ws@yahoo.com.

SONY HENDRA PERMANA. Penulis adalah Peneliti Muda bidang ekonomi dan kebijakan publik di P3DI Setjen DPR. Menyelesaikan studi S1 di Universitas Persada Indonesia YAI dan S2 di Pascasarjana Ilmu Ekonomi Universitas Indonesia. Kepakarannya adalah Ekonomi Terapan. Tulisan yang pernah diterbitkan dalam jurnal dan buku antara lain berjudul: “Prospek Pelaksanaan Redenominasi di Indonesia”, “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Peningkatan UMKM”, “Problematika dan Upaya Optimalisasi Pajak Daerah”, dan “Peran

Perbankan dalam Pembangunan Ekonomi: Sumber Pembiayaan dan Memperlancar Transaksi Pembayaran”. Mulai tahun 2011 sampai saat ini, penulis terlibat aktif dalam pembahasan RUU yang terkait dengan keuangan dan perbankan. Penulis dapat dihubungi di sony_hendra@yahoo.com.

DEWI RESTU MANGESWURI. Penulis lahir di Klaten, 6 Mei 1982. Menyelesaikan studi Sarjana dan Magister di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta jurusan Akuntansi. Jabatan saat ini adalah peneliti pada Pusat Penelitian Sekretariat Jenderal dan Badan Keahlian DPR RI. Pernah ditugaskan sebagai Tim Pemantauan Pelaksanaan UU di DPR RI untuk memantau UU tentang Perindustrian dan UU tentang Undian, serta bersama dengan Tim Pengawasan Internal dan BURT menyusun draft Mekanisme Pengawasan di DPR RI. KTI yang pernah dipublikasikan terkait kepakaran yaitu: Optimalisasi Kebijakan Penerimaan Daerah dan Efektivitas Pengelolaannya (Buku Tim, 2017), Kebijakan Pembiayaan Perumahan Melalui Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) (Jurnal, 2016), Peran Institusi Perizinan terhadap Peningkatan Iklim Investasi (Buku Tim, 2016), Peran Lembaga Pengawas dalam Persaingan Usaha (Buku Tim, 2015), Akuntabilitas Pengelolaan Dana Perimbangan Daerah (Studi Kasus: Kabupaten Banjar dan Kota Denpasar) (Buku Tim, 2014), Perkembangan Ketersediaan dan Kebutuhan Perumahan di Batam (Jurnal, 2012). Tugas terkait penyusunan Undang-Undang adalah tergabung dalam tim kerja penyusunan Undang-Undang tentang Tabungan Perumahan Rakyat. Saat ini masih menyelesaikan penyusunan Rancangan Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat serta Kewirausahaan Nasional. Penulis dapat dihubungi melalui email: mangeswuri@yahoo.com.

HILMA MEILANI. Penulis adalah Peneliti Muda bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik pada Pusat Penelitian Badan Keahlian Sekretariat Jenderal DPR RI. Pendidikan S1 Teknik Kimia di Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada, dan pendidikan S2 *Finance* di Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada. Bekerja di Sekretariat Jenderal DPR RI mulai tahun 2009, dan saat ini menjabat sebagai Peneliti Muda dengan kepakaran Kebijakan Ekonomi. Penulis pernah ditugaskan dalam pendampingan pembahasan RUU Penerimaan Negara Bukan Pajak, RUU Pencegahan dan Penanganan Krisis Sistem Keuangan, RUU Sistem Resi Gudang, dan RUU Minyak dan Gas Bumi. Beberapa karya tulis ilmiah yang telah dipublikasikan melalui buku, antara lain: Efektivitas dan Kontribusi Pajak Daerah terhadap PAD Sebelum dan Setelah Implementasi UU No. 28 Tahun 2009 (2017), Rasio Efektivitas dan Kontribusi PAD terhadap Belanja dan Investasi Daerah (2016), Peran Kebijakan Persaingan Usaha untuk Meningkatkan Efisiensi menghadapi ASEAN *Economic Community* (2015), Analisis Kemampuan Keuangan Daerah (2014), Desentralisasi Fiskal dan Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah (2013). Beberapa topik penelitian tentang ekonomi dan kebijakan publik yang telah dilakukan antara lain: Teknologi Disruptif (2018), Kewirausahaan (2017), Pajak Daerah (2016), Investasi (2015), Persaingan Usaha (2014), dan Dana Perimbangan (2013). Penulis dapat dihubungi melalui email: hilma.meilani@dpr.go.id.

DEWI WURYANDANI. Penulis menyelesaikan studi S1 pada jurusan Teknik Kimia - Fakultas Teknologi Industri di Universitas UPN “Veteran” Yogyakarta dan melanjutkan pendidikan Pasca Sarjana pada jurusan Keuangan Manajemen Ekonomi-Magister Ekonomi Universitas Gadjah Mada di Yogyakarta. Bekerja di Sekretariat Jenderal DPR RI mulai tahun 2009 sebagai Peneliti Ekonomi dan Kebijakan Publik di Pusat Pengkajian Pengolahan Data dan Informasi (P3DI). Beberapa topik penelitian tentang ekonomi dan kebijakan publik telah dilakukan

penulis seperti: Pembangunan Daerah Tertinggal (2011), Sistem dan Prosedur Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (2011), Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Meningkatkan Volume Perdagangan Non Migas (2012), Industri Kreatif (2012), Kawasan Pariwisata Khusus (2013), Membangun Iklim Investasi dalam Menggerakkan UMKM (2013) serta Evaluasi Pelaksanaan Kebijakan Pembangunan Daerah Otonomi Baru (2014). Kebijakan Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing Melalui Perdagangan Internasional (2015), Pemerintah Dalam meningkatkan Daya Saing Produk Pangan Lokal (2015), Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Daerah Dalam Mendukung Perekonomian Nasional (2016), Persepsi Masyarakat Terhadap Kinerja Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Periode Keanggotaan 2014-2019 (2016) dan Kebijakan dan Strategi Pengembangan Kewirausahaan Dalam Menghadapi Persaingan Bebas (2017). Teknologi Disruptif: Tantangan dan Peluang dalam Mendorong Kewirausahaan (2018). Selain itu penulis juga pernah terlibat dalam asistensi penyusunan dan pembahasan Rancangan Undang-Undang seperti RUU tentang Lembaga Keuangan Mikro, RUU tentang Perdagangan, RUU tentang Paten dan saat ini sedang terlibat dalam pembahasan RUU tentang Kewirausahaan Nasional. Adapun karya tulis yang pernah diterbitkan beberapa diantaranya adalah Lembaga Keuangan Mikro Dalam Menunjang Kemandirian Ekonomi Bangsa, Kebijakan Strategis Pengembangan UMKM Sebagai Penggerak Ekonomi Nasional, Kebijakan Pemerintah dalam Meningkatkan Daya Saing Melalui Perdagangan Internasional. Penulis dapat dihubungi melalui e-mail: dewi.wuryandani@gmail.com atau dewi.wuryandani@dpr.go.id

EDMIRA RIVANI. Penulis menyelesaikan studi S1 pada jurusan Statistika - Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Padjadjaran, dan melanjutkan pendidikan Pasca Sarjana (S2) pada Jurusan Statistika Terapan - Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Padjadjaran. Bekerja di Sekretariat Jenderal DPR RI

mulai tahun 2009 sebagai Peneliti Ekonomi dan Kebijakan Publik di Pusat Penelitian. Tahun 2011 penulis terlibat dalam penyusunan dan pembahasan RUU tentang Tabungan Perumahan Rakyat, kemudian pada tahun 2015 penulis terlibat dalam penyusunan RUU tentang Minyak dan Gas. Penulis juga menghasilkan beberapa karya tulis ilmiah tentang ekonomi dan kebijakan publik seperti: Perubahan Struktur Ekonomi Tenaga Kerja dan Analisis *Multidimensional Scaling* (MDS) Dalam Mengelompokkan Penyerapan Tenaga Kerja di Berbagai Provinsi (2014), Peningkatan Daya Saing Industri Indonesia Dalam Menghadapi ASEAN *China Free Trade Area* (2015), Peran Sektor Pertanian Dalam Pembangunan Berkelanjutan (2015), dll. Penulis dapat dihubungi melalui *e-mail*: edmira.rivani@dpr.go.id atau rif_green@yahoo.com.

NIKEN PARAMITA PURWANTO. Penulis adalah seorang peneliti Ekonomi dan Kebijakan Publik pada Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI dengan kepakaran bidang Kebijakan Ekonomi. Lahir di Jakarta, pada 25 Juni 1977, beliau menyelesaikan pendidikan Sarjana Manajemen di Universitas Trisakti, kemudian dilanjutkan dengan menyelesaikan pendidikan Magister Akuntansi di Universitas Indonesia. Peneliti dapat dihubungi di email: niken.paramita@dpr.go.id

Biografi Editor

Prof. Carunia Mulya Firdausy, MADE, Ph. D., APU. adalah Profesor Riset Bidang Ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan (LIPI) dan Guru Besar Ilmu Ekonomi Universitas Tarumanagara (UNTAR). Lahir di Jakarta pada tanggal 30 Desember 1957. Gelar Sarjana diperoleh dari Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor (IPB) pada tahun 1981. Kemudian melanjutkan ke jenjang *Master Degree di bidang Agricultural Development Economics (MADE)* dari *Australian National University*, Canberra, Australia pada tahun 1986. Kemudian meraih Ph.D bidang Ilmu Ekonomi dari *University of Queensland*, St. Lucia, Brisbane-Australia pada tahun 1992. Tahun 1995-1996, menjadi Staf Ahli Khusus Menteri Sekretaris Negara dalam pembuatan materi Pidato Presiden RI bidang Ekonomi. Kemudian tahun 1997-2001 menjadi Kepala Pusat Penelitian Ekonomi-LIPI. Tahun 2001-2002 menjadi Staf Ahli bidang Ekonomi, Dewan Ketahanan Nasional. Tahun 2005-2010 menjadi Deputy Menteri Riset dan Teknologi (Ristek) pada Bidang Dinamika Masyarakat dan *President of Non-Align Movement for Science and Technology (NAM)*, serta *Chairman of ASEAN Committee on Science and Technology (ASEAN-COST)*.

Pengabdianannya dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Ekonomi mencakup antara lain: (a) penelitian dalam bidang ekonomi pembangunan, makro ekonomi dan ekonomi internasional Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI); (b) Konsultan penelitian *Asian Development Bank (ADB)*, *United Nation for Economic and Social for Asia and Pacific (UN-ESCAP)*, *International Labour Organization (ILO)*, UNDP, UNCTAD, UNSFIR, ISEAS, ISIS dan *World Bank*; (c) Dosen dan pembimbing mahasiswa program S1, S2, dan S3, untuk mahasiswa di beberapa universitas seperti UI, IPB, UNPAD, dan UNTAR; (d) Mitra Bestari Buletin Ilmiah Perdagangan, Jurnal

Ekonomi dan Kebijakan Publik, Sekretariat Jenderal DPR-RI dan Jurnal Standarisasi, BSN; (e) Redaktur Jurnal Ekonomi UNTAR dan Jurnal Ekonomi dan Pembangunan LIPI; (f) sejak tahun 2008 menjadi *Editorial Member of Journal of Social and Economic Science, International Journal of Development Research and Quantitative Techniques* dan *International Journal of Economics and Business Studies*, New York, USA; (g) Editor dari berbagai Jurnal Ekonomi; (h) Penyunting dari berbagai buku dan prosiding bertemakan ekonomi; dan (i) *Coordinator East Asian Development Network* (EADN) untuk Indonesia dan anggota *Think Tank Asian Development Bank* (ADB) sejak tahun 2010. Berbagai karya ilmiah baik dalam bentuk jurnal telah diterbitkan antara lain dalam *Review of Asian Development Bank* (ADB), *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, *Institute for Southeast Asian Studies* (ISEAS), ILO dan UN ESCAP. Demikian pula dengan buku hasil penelitian yang diterbitkan oleh UN ESCAP, ILO, UNSFIR, UNDP dan ADB serta penerbit internasional lainnya. Alamat email yang dapat dihubungi adalah cmfirdausy@gmail.com dan carunia_firdausy@yahoo.com.