

MEMBANGUN EKOSISTEM DIGITAL BAGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH

13

Sony Hendra Permana

Abstrak

Pandemi Covid-19 telah mengubah perilaku masyarakat dalam bertransaksi, di mana kegiatan ekonomi banyak dilakukan secara online. Tulisan ini mengkaji bagaimana ekosistem digital menjadi solusi bagi pengembangan UMKM. Pemanfaatan ekosistem digital dapat mengatasi permasalahan baik pemasaran produk maupun mengakses sumber daya. UMKM dapat memanfaatkan jaringan pengguna e-commerce dan kemudahan lain yang diberikan e-commerce. UMKM dapat mengakses sumber daya pendanaan secara digital, salah satunya melalui fintech yang memiliki berbagai kemudahan. Namun perlu dilakukan pembenahan terhadap fintech illegal, yang diharapkan masuk dalam penyusunan RUU Penguatan dan Pengembangan Sektor Keuangan oleh Komisi XI DPR RI. UMKM juga dapat memanfaatkan metode pembayaran digital melalui QRIS, yang memberikan pencatatan terhadap setiap transaksi sehingga akan meningkatkan profil kredit dan menghindarkan dari risiko pencurian atau uang palsu. Untuk menciptakan ekosistem digital, dibutuhkan dukungan sektor telekomunikasi. DPR RI perlu mendorong proses percepatan pengembangan teknologi informasi agar menjangkau seluruh wilayah Indonesia.

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 telah memberikan tekanan sangat berat bagi perekonomian di seluruh dunia. Berbagai pembatasan mobilitas masyarakat, membuat roda perekonomian melambat yang pada akhirnya pertumbuhan ekonomi di seluruh dunia mengalami kontraksi. Hal ini terlihat dari pertumbuhan ekonomi dunia tahun 2020 yang negatif 3,3% (IMF, 2021: 8). Hal sama juga dialami Indonesia, di mana pertumbuhan ekonomi tahun 2020

mengalami kontraksi negatif 2,07 (c-t-c) jika dibandingkan tahun 2019 (BPS, 5 Februari 2021). Kontraksi ekonomi terburuk terjadi pada kuartal II yang mencapai negatif 5,32% (Media Indonesia, 5 Agustus 2020).

Di sisi lain, pandemi Covid-19 memberikan perubahan yang signifikan kepada masyarakat dalam pola berbelanja dan bertransaksi, di mana masyarakat lebih senang berbelanja secara *online* dan mengurangi kontak secara langsung untuk mengurangi resiko terinfeksi



virus corona. Kondisi ini juga didukung oleh perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dan peningkatan penggunaan internet oleh masyarakat. Dengan demikian, sektor usaha yang telah memanfaatkan *platform* digital dapat memanfaatkan momentum perubahan pola konsumsi masyarakat ini untuk dapat bangkit, termasuk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Penelitian yang dilakukan oleh Bank Indonesia, menyebutkan bahwa UMKM yang telah mampu beradaptasi selama masa pandemi dengan memanfaatkan *platform* digital tidak mengalami dampak negatif akibat Covid-19, meskipun jumlahnya hanya 12,5% (Katadata.com, 26 Maret 2021).

Dengan demikian pengembangan ekosistem digital menjadi suatu hal penting dalam rangka menggerakkan perekonomian, khususnya di sektor UMKM, di mana nilai ekonomi digital di Indonesia saat ini diperkirakan lebih dari USD70 miliar, dengan 70%-nya merupakan kontribusi dari *e-commerce* (Kompas, 7 Desember 2021). Ekosistem digital sendiri merupakan sebuah sumber teknologi informasi yang saling berkaitan dan bisa berguna sebagai suatu kesatuan yang utuh yang terdiri dari berbagai pihak seperti konsumen, pemasok, pihak penyedia data, *trading partner*, dan masih banyak lagi. Tulisan ini membahas bagaimana ekosistem digital dapat menjadi salah satu solusi bagi pengembangan UMKM dengan dukungan teknologi informasi serta terkoneksi dengan internet.

Memanfaatkan Pemasaran Digital

Saat ini jumlah pelaku UMKM di Indonesia berkisar 64 juta usaha, namun hanya 16,4 juta yang telah terintegrasi dengan teknologi digital (Bisnis Indonesia, 8 Desember 2021). Dengan melakukan integrasi teknologi digital dapat membuka akses pasar bagi UMKM, yang selama ini menjadi salah satu permasalahan yang dihadapinya. Dalam melakukan pemasaran secara digital, UMKM dapat memanfaatkan berbagai *platform* yang tersedia, mulai dengan membuat *website* sendiri, memanfaatkan media sosial, sampai dengan memanfaatkan *e-commerce* yang ada (Permana, dkk, 2021: 395-396). Berbagai *e-commerce* yang dapat dimanfaatkan antara lain Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan lain-lain. Adapun keuntungan memasarkan produk melalui *e-commerce* adalah pelaku UMKM dapat memanfaatkan jaringan yang dimiliki *e-commerce* tersebut, yang telah memiliki banyak pengguna. Selain itu juga banyak promosi menarik berupa diskon produk atau bebas biaya pengiriman, yang semua biaya-biaya tersebut ditanggung oleh *e-commerce*.

Salah satu momentum yang dapat dimanfaatkan adalah momen Hari Belanja *Online* Nasional (Harbolnas) setiap tanggal 12 Desember (12.12). Saat ini bahkan beberapa *e-commerce* memberikan program Harbolnas pada periode pembelanjaan di tanggal yang sama dengan bulannya, seperti 10 Oktober (10.10), dan 11 November (11.11). Pada momen tersebut, *e-commerce* memberikan diskon

pada berbagai macam produk yang akan mendorong penjualan secara signifikan. Pada tahun 2021, diperkirakan transaksi *e-commerce* pada Harbolnas 12.12, akan jauh lebih besar dibandingkan periode belanja 11.11. Beberapa perusahaan jasa logistik memprediksi volume pengiriman barang selama Harbolnas 12.12 melonjak sebesar 20-30% dibandingkan dengan periode belanja 11.11 (Bisnis Indonesia, 7 Desember 2021).

Selain pemanfaatan *e-commerce* untuk pemasaran digital, UMKM juga dapat memanfaatkan jasa tenaga pemasar digital. Metode pemasaran digital sangat berbeda dengan pemasaran secara langsung, paling tidak dalam pemasaran digital dibutuhkan SDM yang memiliki keterampilan di bidang teknologi informasi dan pemahaman terkait pemasaran digital. Bagi UMKM yang memiliki keterbatasan SDM, dapat memanfaatkan jasa pemasar digital seperti yang saat ini ada di Kampung Marketer di desa Tamansari, Purbalingga yang memiliki konsep *remote marketing* (pemasaran jarak jauh) yang menghubungkan antara pelaku UMKM dengan konsumen (Media Indonesia, 8 Desember 2021).

Digitalisasi Sektor Keuangan

Selain pemasaran digital, UMKM juga dapat mengakses sumber daya pendanaan secara digital (*fintech*), yang dapat menjadi salah satu solusi atas permasalahan UMKM dalam mengakses keuangan formal seperti perbankan. *Fintech* memiliki kemudahan persyaratan dan kecepatan proses penyaluran pinjaman sehingga dapat melayani pasar

yang tidak dapat dilayani lembaga keuangan formal, yakni sektor UMKM. Sampai dengan Oktober 2021, terdapat 104 penyelenggara *fintech* yang terdaftar, yang telah menyalurkan total dana pinjaman sebesar Rp13,6 triliun dengan jumlah nasabah 12,9 juta. Selain itu porsi penyaluran pinjaman produktif *fintech* mencapai 61,18% dari total pinjaman (Bisnis Indonesia, 8 Desember 2021).

Meskipun kehadiran *fintech* dapat menjadi salah satu solusi pendanaan bagi UMKM, namun kehadiran *fintech* yang tidak memiliki ijin (*illegal*) justru menjadi permasalahan. *Fintech illegal* cenderung memberikan suku bunga yang tinggi dan metode penagihan yang melanggar aturan. Adanya rencana penyusunan RUU Penguatan dan Pengembangan Sektor Keuangan yang saat ini sedang berjalan di Komisi XI DPR RI, diharapkan mampu membenahi permasalahan tersebut. Upaya peningkatan literasi masyarakat, khususnya terkait *fintech*, perlu terus dilakukan agar masyarakat tidak terjebak pada *fintech illegal*.

Selain kemudahan akses pendanaan, adaptasi pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM adalah dengan menggunakan metode pembayaran digital, salah satunya melalui *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) yang dikembangkan oleh Bank Indonesia. Pada masa pandemi ini, QRIS menjadi salah satu solusi bagi masyarakat untuk lebih leluasa melakukan transaksi nontunai secara aman. Sementara bagi pelaku UMKM, QRIS akan mencatat setiap transaksi sehingga meningkatkan profil kredit UMKM yang dapat memudahkan dalam mengakses pinjaman. Transaksi dengan QRIS juga akan langsung masuk ke rekening

pelaku UMKM serta menghindarkan dari risiko pencurian atau mendapat uang palsu (Gatra.com, 8 Desember 2021).

Dukungan Sektor Telekomunikasi

Kelancaran pengembangan ekosistem digital, sangat dipengaruhi oleh sektor telekomunikasi, khususnya internet. Saat ini internet bukan hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga untuk bertransaksi pada setiap kegiatan ekonomi. Dengan demikian perkembangan internet yang baik, dapat mendukung pertumbuhan ekonomi.

Data tahun 2019-2020, pengguna internet aktif di Indonesia mencapai 196,71 juta jiwa atau sebesar 73,7% dari total penduduk, namun tingkat penetrasi internet belum seluruhnya merata di seluruh Indonesia akibat kondisi infrastruktur yang juga belum merata. Pulau Jawa sebagai pulau terpadat memiliki tingkat penetrasi internet mencapai 41,7% dan Sumatera 16,2%. Sementara wilayah lainnya memiliki penetrasi yang rendah, yakni; Kalimantan 4,6%, Sulawesi 5,1%, Bali dan Nusa Tenggara 3,9%, serta Maluku dan Papua yang hanya 2,2% (UPES.co.id, 9 Desember 2021).

Pemerintah juga telah berupaya untuk melakukan pengembangan teknologi telekomunikasi, yang tidak hanya membutuhkan dukungan infrastruktur digital, namun juga kolaborasi ekosistem, dan mempercepat transformasi digital. Kementerian Kominfo telah menyusun panduan komprehensif berupa *Roadmap* Indonesia Digital 2021-2024, yang terdiri dari 4 pilar sektor strategis, yaitu: 1) Infrastruktur Digital, 2) Tata Kelola Digital, 3) Ekonomi Digital, dan 4)

Masyarakat Digital. Pemerintah juga telah berencana untuk membangun empat Pusat Data Nasional dan *Whole-of-Government Cloud*, dengan pusat data pertama yang akan beroperasi pada tahun 2023 (Kominfo.go.id, 6 Desember 2021).

Sektor telekomunikasi diprediksi akan terus bertumbuh di tahun 2022, karena sektor ini mampu bertahan dan bahkan tumbuh dalam dua tahun terakhir selama pandemi, di mana masyarakat menjadi lebih *contactless* dan menggunakan layanan digital. Bahkan diyakini Indonesia akan menjadi negara dengan pertumbuhan ekonomi tertinggi di Kawasan Asia Tenggara berkat digitalisasi (Republika, 7 Desember 2021). Dengan demikian, peluang UMKM untuk memanfaatkan ekosistem digital ini, seperti pemasaran digital dan keuangan digital, menjadi salah satu ruang bagi pengembangan UMKM ke depan, yang pada akhirnya akan turut mendorong roda perekonomian nasional ke arah lebih baik. Komisi I DPR RI perlu terus mendorong proses percepatan pengembangan teknologi informasi agar dapat menjangkau seluruh wilayah di Indonesia secara merata.

Penutup

Pengembangan ekosistem digital bagi UMKM merupakan salah satu upaya untuk meredam tekanan krisis yang terjadi akibat pandemi Covid-19. UMKM yang mampu beradaptasi dengan memanfaatkan *platform* digital dapat menghindari tekanan krisis, bahkan menjadi momentum untuk pengembangan usaha. Dengan memanfaatkan ekosistem digital, UMKM mendapatkan solusi atas permasalahannya selama ini dihadapi baik untuk pemasaran produk

maupun untuk mengakses sumber daya yang diperlukan. Pada aspek pemasaran UMKM dapat membuat *website* secara mandiri, memanfaatkan media sosial, atau memanfaatkan *e-commerce*. UMKM dapat memanfaatkan jaringan pengguna *e-commerce* yang besar dan kemudahan lain yang diberikan *e-commerce*. Hal ini tentu akan semakin meningkatkan permintaan atas produk-produk UMKM.

Dalam digitalisasi sektor keuangan, UMKM dapat mengakses sumber daya pendanaan secara digital, salah satunya melalui *fintech*. *Fintech* memiliki kemudahan persyaratan dan kecepatan proses penyaluran pinjaman sehingga dapat melayani pasar yang tidak dapat dilayani lembaga keuangan formal. Selain itu UMKM juga dapat memanfaatkan metode pembayaran digital melalui QRIS yang memberikan pencatatan terhadap setiap transaksi sehingga akan meningkatkan profil kredit UMKM. QRIS dapat menghindarkan UMKM dari risiko pencurian atau mendapat uang palsu. Untuk menciptakan ekosistem digital yang baik tersebut, dibutuhkan adanya dukungan pengembangan sektor telekomunikasi yang baik. Pemanfaatan ekonomi digital bagi pengembangan UMKM menjadi hal yang penting untuk mendapat perhatian DPR RI. Khusus terkait sektor pendanaan digital, pembenahan terhadap *fintech illegal* menjadi hal yang sangat penting. Dengan adanya RUU Penguatan dan Pengembangan Sektor Keuangan yang saat ini sedang disusun, diharapkan mampu tersusun suatu regulasi yang baik terkait *fintech illegal* ini. DPR RI juga perlu mengawasi pemerintah di dalam proses percepatan pengembangan teknologi informasi agar dapat menjangkau seluruh wilayah di Indonesia sehingga seluruh UMKM-UMKM yang ada memiliki kesempatan yang sama dalam pemanfaatan ekosistem digital.

Referensi

- "Belanja di Pasar Tradisional Kabupaten Tegal Bisa Pakai QRIS", 8 Desember 2021, <https://www.gatra.com/detail/news/530611/ekonomi/belanja-di-pasar-tradisional-kabupaten-tegal-bisa-pakai-qr-is>, diakses 9 Desember 2021.
- "Dari Kampung Marketer Menjadi Startup Komerce", *Media Indonesia*, 8 Desember 2021, hal. A1.
- "Ekosistem Digital Pacu Geliat UMKM", *Bisnis Indonesia*, 8 Desember 2021, hal. 3.
- "Ekonomi Digital dan Hijau", *Kompas*, 7 Desember 2021, hal. 6.
- "Ekonomi Indonesia Triwulan II 2020 Minus 5,32 persen", 5 Agustus 2020, <https://mediaindonesia.com/ekonomi/334110/ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2020-minus-532>, diakses 8 Desember 2021.
- "Ekonomi Indonesia Turun Sebesar 2,07 Persen (c-t-c)", 5 Februari 2021, <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>, diakses 8 Desember 2021.
- "Hanya 12,5 persen UMKM di Indonesia yang Kebal dari Pandemi Covid-19", 26 Maret 2021, <https://katadata.co.id/agustiyanti/finansial/605d9f635fdf7/hanya-12-5-umkm-di-indonesia-yang-kebal-dari-pandemi-covid-19>, diakses 8 Desember 2021.
- IMF. 2021. *World Economic Outlook: Managing Divergent Recoveries*, Washington DC: International Monetary Fund.
- "Jasa Kurir Prediksi Volume Naik 30%", *Bisnis Indonesia*, 7 Desember 2021, hal. 5.

“Kembangkan Teknologi Telekomunikasi, Menkominfo: Perlu Kolaborasi Ekosistem”, 6 Desember 2021, https://kominfo.go.id/content/detail/38536/siaran-pers-no-425hmkominfo122021-tentang-kembangkan-teknologi-telekomunikasi-menkominfo-perlu-kolaborasi-ekosistem/0/siaran_pers, diakses 9 Desember 2021.

“Kondisi Pembangunan Infrastruktur Telekomunikasi Papua dan Papua Barat”, 9 Desember 2021, <https://upeks.co.id/2021/12/kondisi-pembangunan-infrastruktur-telekomunikasi-papua-dan-papua-barat/>, diakses 9 Desember 2021.

Permana, S.H., Rivani, E., Budiyanti, E. 2021. “Utilization of the Internet as Media for Marketing SMEs Product”, *Advances in Engineering Research*, Vol. 201, pp. 393-398, Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management.

“Titik Awal Pertumbuhan”, *Republika*, 7 Desember 2021, hal. 11.



Sony Hendra Permana
sony.hendra@dpr.go.id

Sony Hendra Permana, S.E., M.S.E, menyelesaikan Pendidikan S1 di Universitas Persada Indonesia YAI pada tahun 2003 dan Pendidikan Pascasarjana Ilmu Ekonomi Universitas Indonesia pada tahun 2007. Saat ini menjabat sebagai Peneliti Muda bidang kepakaran Kebijakan Ekonomi pada Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI. Beberapa karya tulis ilmiah yang telah dipublikasikan melalui jurnal dan buku antara lain: "Strategi Pengembangan Baitul Mal Wattamwil sebagai Sumber Pembiayaan Alternatif bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah" (2019), "Peran Logistik Ekspres bagi Pengembangan Sektor UMKM di Indonesia" (2020), dan "Utilization of the Internet as Media for Marketing SMEs Products" (2021).

Info Singkat

© 2009, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI
<http://puslit.dpr.go.id>
ISSN 2088-2351

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi tulisan ini tanpa izin penerbit.