



WANTIKNAS

Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional

Digitalisasi *UMKM* Dari Hulu, Hingga Hilir



Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Beberapa waktu lalu saya diundang ke Bali sebagai Dewan Pengarah Satgas Percepatan Transformasi Digital Bali. Saya berbicara tentang bagaimana memberdayakan UMKM di Bali agar digitalisasi yang ada tidak hanya sekedar menjual transaksi melalui internet, namun memproduksi dan menawarkan jasa mereka secara digital. Ini biasa disebut dengan konsep *mini factory* yang kedepannya akan diseriuskan oleh pemerintah Bali. rencana ini juga kebetulan didukung dengan dua penyelenggaraan konferensi *FabLab* dan *Fab City* di Pulau Dewata tersebut.

Alhamdulillah, usulan ini sudah diterima oleh Pemprov Bali yang kemudian mendeklarasikan Bali sebagai *Fab Island*. Nantinya, Bali akan belajar dan mendapat *sharing* dari kota besar anggota *fab city* lainnya seperti Barcelona, dan Paris sehingga dapat menjadi kota yang mandiri (kota yang menyediakan kebutuhan pokok berasal dari Kota sendiri atau yang disebut dengan ekonomi sirkular).

Memang berbicara tentang digitalisasi UMKM adalah sesuatu yang sangat penting saat ini, terlebih jika menurut data yang ada, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai 64,2 juta. Masih dari data Kemenkop UKM, kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai Rp. 8.573,89 triliun. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Namun, yang menjadi pertanyaan adalah apakah UMKM kita mampu menghadapi tantangan zaman?

Tidak bisa tidak, maka perlu ada langkah serius dari para stakeholder untuk membuat UMKM mejadi lebih adaptif dengan era digital. Bukan hanya sekedar masuk ke dalam pasar digital, tapi UMKM harus menjadi bagian penuh dari ekosistem digital itu sendiri. Mulai dari hulu hingga hilir semuanya terdigitalisasi. Tentunya ini butuh waktu, tapi saya yakin dengan komitmen kita bersama maka apa yang ditargetkan oleh Presiden Jokowi terkait jumlah UMKM di ekosistem digital akan tercapai, bahkan mungkin lebih.

Wantiknas sebagai lembaga *multi-stakeholder* TIK yang dibentuk oleh Presiden berdasarkan Keputusan Presiden No. 1 Tahun 2014, yang dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya percepatan dan pengembangan transformasi digital sesuai dengan Keputusan Menteri PPN/Kepala Bappenas Nomor Kep.86/M.PPN/HK/07/2021 akan terus berupaya agar transformasi digital pada UMKM dapat terwujud. Karena UMKM adalah pilar penting bagi perekonomian Indonesia. ●

Jabat Erat

Dr. Ing. Ilham Akbar Habibie, M.B.A.

Ketua Tim Pelaksana WANTIKNAS



Diterbitkan oleh
Dewan TIK Nasional

Redaksi:
Tim Humas WANTIKNAS

WANTIKNAS

Dewan Teknologi Informasi dan
Komunikasi Nasional

Graha MR 21 Lt. 6
Jl. Menteng Raya No.21, Jakarta Pusat
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10340
Telp : 021-39831983

sekretariat@wantiknas.go.id

Daftar isi

02 Dari Menteng Raya

04 Fokus Utama

11 Wawancara

14 Infografis

03 Profil Wantiknas

09 TIK-Talk

13 Opini



Dewan TIK Nasional dideklarasikan pada 13 November 2006 oleh Presiden Republik Indonesia saat itu, Susilo Bambang Yudhono. Dewan yang disebut oleh presiden sebagai kelompok kerja yang dibentuk untuk mendorong pembangunan teknologi informasi dan komunikasi Indonesia ini sesungguhnya bukanlah lembaga yang benar-benar baru.

Jauh sebelumnya, pada 31 Juli 1997, Pemerintah Indonesia yang saat itu dipimpin oleh Presiden Suharto membentuk apa yang disebut Tim Koordinasi Telematika Indonesia (TKTI) melalui Keputusan Presiden No. 30 Tahun 1997 TKTI. Selanjutnya penyempurnaan demi penyempurnaan TKTI dilakukan oleh pemerintahan-pemerintahan setelahnya. Namun dengan pertimbangan bahwa Tim Koordinasi Telematika Indonesia yang telah dibentuk, dipandang sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan keadaan maka pada masa Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dibentuklah Wantiknas.

Jika sebelumnya TKTI diketuai oleh wakil presiden, menteri kordinator, bahkan menteri negara, namun pada Keppres No. 20 Tahun 2006 disebutkan Wantiknas langsung diketuai oleh Presiden RI dengan Ketua Pelaksana Harian, Menteri Negara Komunikasi dan Informatika.

Mengacu Keppres No. 20 Tahun 2006 yang dikeluarkan pada tanggal 11 November 2006, tugas utama Wantiknas adalah merumuskan kebijakan umum dan arahan strategis pembangunan nasional melalui pendayagunaan TIK. Wantiknas mengemban tugas menyiapkan cetak biru dan *roadmap* TIK Indonesia guna menentukan arah perkembangan langkah-langkah yang harus ditempuh guna mewujudkan masyarakat Indonesia berbasis pengetahuan pada 2025. Target tersebut menuntut pembangunan jaringan komunikasi bagi 43 ribu desa di tanah air yang hingga kini belum memiliki jaringan telekomunikasi tetap. Jaringan telekomunikasi juga dibutuhkan bagi 31.173 SMP dan

SMA, serta 2.428 perguruan tinggi, serta 28.504 pusat kesehatan masyarakat.

Kemudian lembaga Wantiknas kembali mengalami penyempurnaan lewat Keppres No. 1 Tahun 2014 yang menyempurnakan tugas dan susunan keanggotaan Wantiknas. Dengan Ketua Tim Pengarah yang dijabat oleh Presiden RI dan Ketua Tim Pelaksana yang dijabat oleh Dr. Ing. Ilham Akbar Habibie, M.B.A.

Tugas WANTIKNAS Menurut Keppres No.1 Tahun 2014

- Merumuskan kebijakan umum dan arahan strategis pembangunan nasional, melalui pengembangan teknologi informasi dan komunikasi termasuk infrastruktur, aplikasi dan konten.
- Melakukan pengkajian dalam menetapkan langkah-langkah penyelesaian permasalahan strategis yang timbul dalam rangka pengembangan teknologi informasi dan komunikasi.
- Melakukan koordinasi nasional dengan instansi Pemerintah Pusat / Daerah, Badan Usaha Milik Negara / Badan Usaha Milik Daerah, Dunia Usaha, Lembaga Profesional, dan komunitas teknologi informasi dan komunikasi, serta masyarakat pada umumnya dalam rangka pengembangan teknologi informasi dan komunikasi.
- Memberikan persetujuan atas pelaksanaan program pengembangan teknologi informasi dan komunikasi yang bersifat lintas kementerian agar efektif dan efisien.

Tugas Tambahan WANTIKNAS Menurut KEPUTUSAN MENTERI PPN/KEPALA BAPPENAS NOMOR KEP.86/M.PPN/HK/07/2021"

- Pengembangan Transformasi Digital

Digitalisasi *UMKM*

Dari Hulu, Hingga Hilir



Dalam rangka mengakselerasi pemulihan ekonomi nasional yang didominasi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Pemerintah berupaya untuk mengoptimalkan potensi dan produktivitas UMKM melalui langkah digitalisasi. UMKM diyakini mampu menjaga pemulihan ekonomi dan meraih pertumbuhan ekonomi yang lebih baik. Sebagaimana diketahui, kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan PDB tercatat mencapai 60,51 persen, dengan kemampuan menyerap tenaga kerja mencapai 97% dari total tenaga kerja nasional.

Presiden RI Joko Widodo (Jokowi) menargetkan sebanyak 20 juta pelaku UMKM dapat masuk atau *on boarding* ke lokapasar atau *marketplace* pada tahun 2022. Ini ditegaskan oleh Presiden saat peresmian pembukaan Rapat Koordinasi Nasional (Rakornas) Transformasi Digital dan Pendataan Lengkap Koperasi dan UMKM Tahun 2022, akhir Maret lalu secara virtual dari Istana Negara.

“Tahun 2022 ini harus mencapai target 20 juta, minimal 20 juta, dan meningkat 24 juta di tahun depan tahun 2023 dan 30 juta di tahun 2024. Ini target, kalau semua bekerja keras, memiliki keinginan yang sama mencapai target yang telah kita tentukan,

saya yakin insyaallah kita semuanya bisa melakukan,” ujarnya.

Presiden juga menyatakan bahwa digitalisasi telah menjadi solusi bagi pelaku usaha UMKM dan koperasi untuk bertahan, tumbuh, dan berkembang di tengah situasi yang sulit. Saat ini tercatat sebanyak 17,5 juta pelaku UMKM telah masuk dalam ekosistem digital. Menurut Presiden, jumlah ini masih harus ditingkatkan. Sebagaimana dikutip dari *website* www.setkab.go.id.

“Momentum saat ini harus kita manfaatkan sebaik-baiknya untuk mendorong percepatan transformasi digital, memiliki kemampuan yang baik untuk memanfaatkan teknologi digital, lebih banyak

mengisi *marketplace*, menjadi bagian dari rantai pasok nasional maupun global agar UMKM kita segera naik kelas,” ujarnya.

Mayoritas Usaha di Indonesia Adalah UMKM

Merespon pernyataan Presiden tersebut, Dewan TIK Nasional (Wantiknas) mengadakan rapat Tim Pelaksana dengan mengundang para stakeholder terkait dengan pembahasan digitalisasi UMKM. Selain para anggota Tim Pelaksana, hadir mewakili Kementerian Koperasi dan UMKM, Deputy Usaha Mikro Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM), Eddy Satriya, serta Asisten Deputy Perumusan Kebijakan dan Koordinasi Penerapan SPBE Kementerian PANRB Cahyono Tri Birowo, dan Kepala Pusat Penanganan Isu Strategis Kementerian Perdagangan, Fajarini Puntodewi.

Sebagai pembukaan, Ketua Tim Pelaksana Wantiknas, Ilham A Habibie menyatakan bahwa kali ini Wantiknas akan fokus pada pembahasan mengenai UMKM.

“Seperti diketahui, digitalisasi di Indonesia sudah memasuki tahapan *“in full swing”*, namun Wantiknas untuk pertama kalinya membahas mengenai digitalisasi UMKM secara khusus,” buka Ilham.

Lebih lanjut Ilham menceritakan pengalamannya beberapa waktu lalu diundang oleh Pemerintah Provinsi Bali. Kedatangannya ke Bali bertujuan untuk memberikan ide bagaimana memberdayakan UMKM di Bali agar digitalisasi yang ada tidak hanya sekedar menjual transaksi melalui internet, namun memproduksi dan menawarkan jasa mereka secara digital.

“Konsep tersebut biasa disebut dengan konsep *mini factory* yang kedepannya akan diseriuskan oleh pemerintah Bali. Hal ini didukung dengan dua penyelenggaraan konferensi *FabLab* dan *Fab City* di Bali. Usulan ini sudah diterima oleh Pemprov Bali dan sudah mendeklarasikan Bali sebagai *Fab Island*,” ucapnya.

Sementara, dalam paparannya Eddy Satriya menyampaikan bahwa saat ini hampir seluruh usaha yang ada di Indonesia sebenarnya tergolong UMKM.

Hal ini mendapat tanggapan dari Anggota Tim Pelaksana Wantiknas, Hari Sungkari. Menurut Hari, selama ini masyarakat menganggap yang disebut UMKM adalah usaha sektor produksi, maka masyarakat perlu mendapat informasi yang jelas tentang definisi UMKM.

“Perlu diinfokan ke masyarakat definisi UMKM adalah usaha dengan omzet Rp50 Miliar masih



Eddy Satriya

Deputy Usaha Mikro Kementerian Koperasi dan UKM

masuk UMKM, termasuk konsultan hukum, advokat, perusahaan digital juga termasuk UMKM. Sehingga saat pembinaan, perlu diluruskan mengenai definisi UMKM,” tanggap Hari.

Memang jika melihat pada PP no. 7 tahun 2021 bahwa kriteria UMKM yang diatur dalam Pasal 35 hingga Pasal 36 PP UMKM, menyebutkan bahwa yang termasuk usaha mikro adalah usaha yang memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Sementara usaha kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Sedangkan khusus UMKM yang telah berdiri, pengelompokan UMKM dilakukan berdasarkan kriteria hasil penjualan tahunan yang terdiri atas usaha mikro memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp2.000.000.000 (dua miliar rupiah). Kemudian usaha kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000 (dua miliar rupiah) maksimal sampai Rp15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah). Terakhir usaha menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah) dengan nominal maksimal sampai Rp50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

Dengan demikian, menurut Eddy sesungguhnya perekonomian Indonesia di-*support* oleh usaha mikro. Tercatat kontribusi usaha mikro terhadap pemasukan GDP 60,5 %, tenaga kerja 95%. Saat terjadi pandemi, banyak usaha kecil dan mikro sudah memasuki level usaha menengah menjadi kembali lagi ke level mikro.

Upaya Kemenkop UKM

Kementerian Koperasi dan UKM mencatat hingga Februari 2022 sudah 17,25 juta pelaku UMKM yang terhubung ke dalam ekosistem digital. Eddy Satriya mengatakan, pertumbuhan tersebut lebih cepat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. “Pelaku usaha yang telah terhubung atau sistem digital mencapai 17 juta lebih, tumbuh lebih 100% dan ini lebih cepat dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya,” ungkapnya.

Eddy menuturkan, Kemenkop UKM akan terus mendorong pelaku UMKM agar terhubung ke dalam ekosistem digital. Kemenkop UKM menargetkan 30 juta UMKM bisa terhubung ke dalam ekosistem digital pada tahun 2024. Eddy juga memaparkan terkait keadaan UMKM selama pandemi. Menurut dia, berdasarkan hasil survei BRI pada periode Maret-September 2021, tercatat hanya 20 persen UMKM yang menyatakan usahanya pernah tutup. Artinya, kondisi tersebut lebih baik dibanding awal pandemi. Pada periode itu UMKM yang tutup usahanya mencapai 50%. “Memang ada yang sekarang tutup yang kemarin, ya sudah buka kemudian juga terus melanjutkan usahanya karena sesuatu hal dinamika daripada UMKM,” kata Eddy.

Pemerintah sendiri sudah mencanangkan empat agenda transformasi digital pada UMKM sebagaimana yang disampaikan Eddy. Keempat agenda tersebut adalah transformasi usaha informal ke usaha formal, kemudian transformasi dengan memaksimalkan inovasi dan digitalisasi, transformasi rantai pasok—bagaimana produk UMKM kita dengan lokal karakteristik dapat masuk ke rantai pasok nasional hingga global, dan yang terakhir koperasi modern. Melalui digitalisasi dapat dengan mudah untuk mengelompokkan karena di luar pulau Jawa cukup banyak usaha mikro dalam bentuk yang besar. Bagaimana memaksimalkan digitalisasi untuk koperasi yang besar maupun yang menengah sehingga mudah mengelompokkan koperasi agar terlihat pelaku usaha mikro.

Butuh Sinergi Antar Lembaga

Pemerintah sendiri terus melakukan langkah penguatan fondasi UMKM dalam ekosistem digital yang terdiri dari penguatan ekosistem UMKM dan penguatan ekosistem *e-commerce*. Untuk mengimplementasikannya menurut Eddy diperlukan peranan lintas sektor baik sektor Kemkominfo, Kemendag, Kemenkop UKM, Kemenperin, Kemenkeu (tata kelola instrumen dan kebijakan fiskal termasuk di dalamnya penerapan pajak kepada UKM yang seringkali menjadi penghambat dalam pengembangan usaha), dan BI serta OJK sebagai tata kelola sistem dan penyelenggaraan keuangan.

“Jelas ini butuh sinergi antar lembaga. Sinergi dari seluruh *stakeholder* yang ada agar penguatan ini bisa berhasil dengan baik,” jelasnya.

Menanggapi ini, Hari Sungkari sepakat bahwa butuh sinergi dari seluruh *stakeholder* lantaran penanganan usaha mikro bukanlah hal yang mudah. Selain digitalisasi juga perlu diperhatikan adalah persoalan literasi digital, dan pembenahan karakter.

“Ini bukan hal yang mudah, karena ada tantangan tidak hanya di bagian hilir saja, tetapi juga dari hulu, jadi perlu ada pendampingan. Termasuk dalam menyusun laporan atau masukan perlu penanganan dari sektor hulu,” ucap Hari.

Kemenkop UKM sendiri sudah menegaskan bahwa upaya transformasi digital tidak hanya membawa UMKM menuju platform, tetapi dilakukan menyeluruh dan terintegrasi.

“Transformasi digital UMKM adalah sebuah ikhtiar holistik, tidak hanya aspek pemasaran saja, melainkan membangun ekosistem yang meliputi proses bisnis dari hulu ke hilir,” ucap Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki dalam Rakornas Transformasi Digital dan Pendataan Lengkap UMKM Tahun 2022 pada Senin (28/3/2022).





Cahyono Tri Birowo

Asisten Deputi Perumusan Kebijakan dan Koordinasi Penerapan SPBE Kementerian PANRB

Salah satu wujud sinergi yang dilakukan adalah dengan memprioritaskan belanja APBN pada produk UMKM. Cahyono Tri Birowo menjelaskan bahwa kaitan UMKM dan SPBE yaitu transformasi digital sudah masuk di dalam program nasional yaitu dengan memberikan dukungan bagaimana penerapan tata kelola pemerintah berbasis elektronik terutama mengintegrasikan proses bisnis terkait, salah satunya UMKM.

“Sesuai arahan presiden agar belanja APBN khususnya koperasi UMKM, maka kita dapat terintegrasi proses bisnis perencanaan penganggaran dan bagaimana pengadaan relasikan dengan pelayanan publik di Kemendag, izin usaha dan pembinaan di Kemenkop UKM dan menyelaras. Sehingga aplikasi yang ada *inline* dengan SPBE dan memastikan implementasi dapat mencapai target yang sudah ditentukan” paparnya.

Anggota Tim Pelaksana Wantiknas dan Ketua Umum MASTEL, Sarwoto menyarankan agar mendefinisikan UMKM mengacu pada kajian OECD. Pertama UMKM yang terlibat dalam *Core* digitalisasi seperti di telekomunikasi ada yang bergerak di usaha tarik kabel, membangun menara atau lainnya. Kemudian yang kedua UMKM yang bersifat Nero atau UMKM yang bergerak dibidang startup dan membuat *platform* atau aplikasi. Terakhir UMKM yang bersifat *brother* atau yang memanfaatkan *marketplace*.

“Dengan 3 definisi ini, diharapkan PDB 5,4% kontribusi digitalisasi yang diisi oleh telekomunikasi.

Jika UMKM sebagai tulang punggung Indonesia terdata dalam konteks *core*, *nero* dan *brother*, maka perlu ada perhitungan data kontribusinya berapa sehingga dapat melihat angka digitalisasi kita cukup tinggi,” jelasnya.

Eddy mengaku sangat senang jika Mastel bisa membantu mempertajam dan mem-*breakdown* cara menghitung data kontribusi tersebut. Selain Mastel, menurutnya perlu merangkul akademisi atau lembaga yang mumpuni seperti BPS, Lembaga LPM UI agar *the real digital contribution* UMKM terhadap ekonomi kita semakin dekat, tidak berdasarkan intuisi saja.



Sarwoto Atmosutarno

Ketua Umum MASTEL dan Anggota Tim Pelaksana Wantiknas

Semuanya sepakat memang tidak bisa hanya dibebankan kepada satu lembaga atau kementerian saja. Persoalan digitalisasi UMKM ini harus direncanakan dan dilaksanakan dengan baik, dengan demikian butuh tindak lanjut dari apa yang sudah dibicarakan. Bukan hanya UKM, digitalisasi di semua bidang adalah sebuah keniscayaan yang tak tertolak. Kita percaya bahwa semuanya memiliki kesadaran untuk membawa perubahan melalui transformasi digital di semua bidang menuju Indonesia yang lebih baik. ●

Digitalisasi UMKM, Harus Didampingi Bukan Sekadar Dilatih

Jika melihat data, struktur ekonomi kita ini didominasi oleh UMKM, sehingga harus kita akui jika UMKM adalah tulang punggung perekonomian nasional. Jumlah mereka hampir 99% pelaku usaha di Indonesia. Selain itu terbukti ketika perekonomian kita terguncang akibat dampak Covid-19, UMKM mampu bertahan dengan segala keterbatasan mereka. Hari Sungkari menilai bahwa persoalan UMKM bukan hanya pada sektor hilir tapi juga di hulu. Untuk itu perlu perhatian khusus bagi UMKM, maka yang harus dilakukan adalah pendampingan bukan sekadar pelatihan. Simak wawancara berikut!

Bagaimana Anda melihat perekonomian di Indonesia saat ini khususnya UMKM?

Salah satu yang menguatkan perekonomian Indonesia saat pandemi Covid-19 kemarin adalah perekonomian digital. Kita bisa lihat angka video streaming naik 45% begitu juga dengan musik. Saat ini banyak masyarakat yang memiliki *podcast* musik dan lainnya yang sudah dimonetisasi. Namun yang paling besar adalah angka penjualan *e-commerce* di antaranya adalah makanan dan *fashion*. Transaksi *e-commerce* memberi kontribusi terbesar bagi ekonomi digital Indonesia, di mana pada 2021 lalu nilainya mencapai US\$53 miliar. Ini jadi keberkahan tersendiri bagi UMKM.

Dengan demikian bisa diartikan bahwa UMKM di Indonesia memiliki kesempatan emas dengan meningkatnya transaksi *e-Commerce*?



Hari Sungkari
Anggota Tim Pelaksana Wantiknas

Sekarang dengan digital ekonomi akses pasar dari para pelaku UMKM lebih lebar, tetapi jangan lupa pesaing mereka juga jadi lebih banyak. Selain itu, paradoksnya adalah penjualan meningkat namun banyak barang impor. Memang ini sudah disadari oleh pemerintah, sehingga tahun 2021 mulai dengan menggaungkan program bangga buatan Indonesia.

Artinya tidak cukup pada sektor hilir, UMKM kita juga perlu perhatian pada sektor hulu seperti produksi agar bisa bersaing?

Ya seperti itu, selama ini ekonomi digital kita lebih banyak melihat di hilir, baru kemudian di *back office*. Sama seperti pariwisata yang digital itu *promotion* dan *booking*, harusnya *back office*-nya. Ini contoh saja, *front office* hotel itu di hilir, saya memesan kamar yang menurut *website* masih tersedia tapi saat sampai ke hotel ternyata *full booked* padahal sudah bayar. Ternyata hotel tidak meng-update kamar yang sudah *full*, terlihat bahwa *room management*-nya tidak baik. Jadi *delivery*-nya tidak sesuai.

Lantas apa yang menurut Anda harus dilakukan?

Khusus *e-Commerce*, saya menghimbau mereka mengkurasi *merchant*-nya, kita harus hati-hati *direct by social media*. Kita tidak tahu produksinya benar atau tidak dan dikirim atau tidak. Kita harus mendidik konsumen juga, di sini gunanya kita memperkenalkan kepada mereka betapa pentingnya *brand* yang sudah dikurasi.

Untuk UMKM-nya sendiri, apa yang harus dilakukan?

Penanganan usaha mikro cukup berat karena tantangan tidak hanya di bagian hilir saja, tetapi juga dari hulu kualitasnya perlu ada pendampingan. Termasuk dalam menyusun laporan atau persoalan tata kelola, perlu penanganan dari sektor hulu.

Saya tidak percaya cukup pelatihan saja, karena pelatihan itu tiga kali seminggu, setelah itu lupa. Harus ada pendampingan. Jadi ada mentor yang datang kasih PR, dua minggu lagi datang kasih PR. Bahkan bimbingan teknis-pun jika tanpa pendampingan akan segera dilupakan oleh para peserta pelatihan.

Saya tekankan mendampingi, bukan hanya melatih. Pendampingan secara terus menerus. Pengalaman saya mendampingi 6 bulan sampai 1 tahun itu kalau di desa.

Jika bisa lebih spesifik, di bagian apa yang paling penting untuk dilakukan pendampingan?

Literasi digital dan literasi keuangan yang perlu dioptimalisasikan kembali. Kita lemah dalam literasi keuangan. Saat ini masih banyak yang mencampurkan harta usaha dengan harta pribadi. Mereka membuat UMKM hanya dilakukan untuk memenuhi keberlangsungan hidup, bukan menjadi *entrepreneur*.

Selain literasi, juga perlu pembenahan karakter. Para pelaku UMKM harus paham bahwa karakter melayani menjadi penting agar tidak timbul fenomena *crazy rich*.

Beberapa waktu lalu Presiden Jokowi menekankan agar 1 juta UMKM *onboarding* ke *e-katalog* LKPP, bagaimana menurut Anda?

Perihal program UMKM harus masuk ke list katalog LKPP, saya tidak yakin semua siap. Artinya program tersebut justru bisa berbahaya karena membuat UKM menjadi manja dengan dalih UKM harus didahulukan. Berarti harus ada proses kurasi mana yang sudah siap dan yang sudah siap diberikan pendampingan. Penting, memang programnya lebih ke peningkatan talenta.

Pendampinganlah yang harus dilakukan, peningkatan kualitas maupun tata kelola harus kita lakukan. Visinya produk harus berkualitas dan kuat, tetapi sekali lagi literasi juga perlu diperkuat, harus menyediakan pendampingan. Analoginya sebagai *baby sitter* bukan *santa claus*.

Apa yang Diperlukan Ekonomi Digital Indonesia?

Dewasa ini, fenomena digitalisasi semakin masif. Kita menyadari bahwa tren dunia ke depan menunjukkan didominasi oleh teknologi informasi dan komunikasi di seluruh sektor, termasuk ekonomi. Oleh karena itu, pentingnya transformasi digital sebagai arus utama dalam pembangunan nasional yang menjadi bagian dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024.

Transformasi digital tidak melulu soal teknologi, tetapi lebih universal dan menjadi kebutuhan dari setiap sektor. Apalagi sektor ekonomi, transformasi digital dinilai sebagai strategi utama untuk mendorong pemulihan perekonomian nasional. Terdapat 3 pilar dalam transformasi digital yakni, infrastruktur digital, pemanfaatan digital, dan penunjang atau *enabler*. Sebagai negara kepulauan terbesar dengan jumlah penduduk terbesar keempat dunia memiliki tantangan tersendiri dalam ekonomi digital yang berkelanjutan dan rendah karbon.

Kendati infrastruktur sudah hampir menjangkau 95% desa. Dalam sebuah riset yang dilakukan The Smeru Research Institute, ekonomi digital kita saat ini masih memiliki tantangan. Sebut saja dari sisi *supply* bahwa akses internet 4G masih terkonsentrasi di Jawa, perbedaan harga internet di Jawa dan Luar Jawa, dan menurut laporan Ceic Data pada tahun 2020 bahwa kecepatan internet di Indonesia juga lebih lambat dan mahal dibandingkan negara Asia Tenggara lainnya. Artinya masih banyak kendala dalam penyediaan internet. Hal ini didorong karena kondisi geografis di Indonesia yang terdiri dari berbagai pulau, sehingga jaringan dan transportasi untuk pembangunan infrastruktur belum memadai. Selain itu *Capital Expenditure (Capex)* lebih mahal dibanding negara lain. Faktor lainnya adalah keamanan, terutama untuk wilayah timur Indonesia dan daerah perbatasan perlu perhatian khusus.

Tantangan lainnya dari sisi *demand* adalah literasi digital masih rendah, terutama pada sisi literasi data atau informasi. Menurut *We are Social 2021*, lebih dari setengah populasi penduduk Indonesia terkoneksi internet dengan mayoritas penggunaan internet hanya



untuk mengakses sosial media dan komunikasi. Selain itu, adanya kesenjangan bagi masyarakat kurang mampu dan penyandang disabilitas, masalah perizinan termasuk regulasi perpajakan dan inklusi keuangan untuk koperasi serta usaha kecil dan menengah (KUKM), hambatan perluasan pasar bagi perusahaan *e-commerce*, dan perlindungan data pribadi (PDP) perlu perhatian lebih untuk mendorong perekonomian digital.

Pada masa pandemi Covid-19, tercatat ada 17,5 juta pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang masuk ekosistem digital. Setidaknya ekonomi digital di Indonesia memiliki pertumbuhan

positif, namun yang perlu kita sadari saat ini masih terfokus di kota-kota besar saja. Apalagi jika dilihat dari sisi inklusivitas transformasi digital di Indonesia, masih belum menjangkau, mengikutsertakan dan berpihak sepenuhnya terhadap masyarakat yang berada di daerah 3T (Terdepan, Terpencil, dan Tertinggal).

Lalu apa yang harus dilakukan? Bila ingin meningkatkan perekonomian digital maka perlu dituntaskan terlebih dahulu dari sisi pemanfaatan dan penunjang, terutama pada sektor pemerintahan (*e-government*). Hal ini mengingat, pemerintah menjadi kunci untuk mengelaborasi kemajuan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam proses penyusunan kebijakan, strategi dan regulasi yang penting dalam mendorong dan mempercepat transformasi digital nasional. Pelaksananya mencakup pengembangan sistem pemerintahan berbasis elektronik (SPBE), pelaksanaan Satu Data Indonesia (SDI), pembangunan Pusat Data Nasional (*Data Center*),

dan peningkatan *digital skill* dan *knowledge* sumber daya manusianya. Sehingga ke depan lebih terintegrasi dan berkesinambungan dalam penyusunan kebijakan, strategi dan regulasi yang berdampak positif pada perekonomian digital.

Menghadapi tantangan dan peluang tersebut, diharapkan pemerintah dan badan usaha dapat saling berkolaborasi. Pada prinsipnya tidak bisa berjalan sendiri-sendiri, namun memerlukan koordinasi baik pemerintah pusat, daerah, dan juga *stakeholder* terkait untuk menyempurnakan kebijakan, strategi dan regulasi hingga bisnis prosesnya. Selain itu, *digital development mapping* diperlukan untuk proses peningkatan, pendampingan, kolaborasi antar KUKM agar dapat berkembang menjadi lebih besar baik dari sisi pendapatan, produksi dan akses pasar (*scale up*). Terakhir, perlu ada studi empiris yang meliputi seluruh sektor strategis dalam pilar pemanfaatan transformasi digital. ●



Upaya Digitalisasi UMKM

Presiden Joko Widodo menginstruksikan jajarannya untuk mempercepat upaya untuk mendorong para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk masuk ke ekosistem digital. **Pada tahun 2024 pemerintah menargetkan 30 juta pelaku UMKM dapat masuk ke dalam ekosistem digital.** Bukan hanya di hilir, UMKM juga membutuhkan digitalisasi di hulu. Semuanya harus bersinergi demi UMKM terdigitalisasi.

ARAHAN PRESIDEN PADA RAKORNAS DIGITALISASI UMKM



- Lakukan Pembinaan dari Hulu sampai ke Hilir, agar produk UMKM semakin berkualitas dan kompetitif
- Jajaran Pemerintah pusat maupun daerah agar bekerja keras memperbaiki ekosistem usaha, dalam hal perizinan, akses terhadap permodalan, inovasi dan teknologi serta kualitas SDM UMKM.
- Pendataan tunggal yang komprehensif dan akurat, harus terus ditingkatkan agar pengembangan UMKM dapat lebih fokus, terarah dan berkelanjutan
- Target Jumlah UMKM yang masuk ke platform digital, atau marketplace tahun 2022 minimal 20 juta
- Target 1 Juta UMKM untuk masuk E-Katalog LKPP, harus dapat terlaksana secara tuntas tahun 2022

DUKUNGAN PROGRAM DIGITALISASI UMKM

- Penyusunan Roadmap Digitalisasi KUMKM
- Dukungan Bangga Buatan Indonesia
- Literasi Digital (Edu.KUMK, Sparc)
- Alokasi 40% Belanja Negara untuk PBJ KUMKM (Bela Pengadaan /Toko Daring, E Katalog, PaDi UMK)
- Pelatihan Bimbingan Teknis Onboarding KUMKM (Kerjasama dengan Marketplace)

IDENTIFIKASI PERAN LINTAS SEKTOR



PENGUATAN EKOSISTEM UMKM



DIGITALISASI UMKM



PENGUATAN EKOSISTEM E-COMMERCE



Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional
Graha MR 21 Lt. 6, Jl. Menteng Raya No.21, Jakarta Pusat
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10340
Telp : 021-39831983

sekretariat@wantiknas.go.id