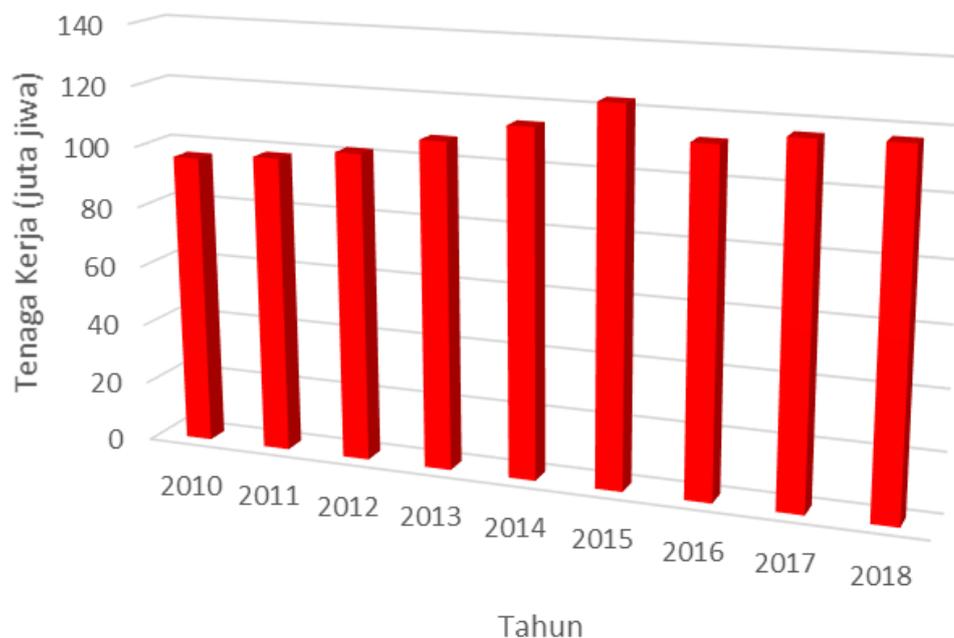


Tranformasi Digital pada UMKM untuk Pemulihan Ekonomi Indonesia

Ancaman resesi terus membayangi negara kita. Resesi ditandai dengan kontraksi atau minus Produk Domestik Bruto (PDB) dalam dua triwulan beruntun secara tahunan atau *year-on-year*. Badan Pusat Statistik (BPS) telah mengumumkan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan II 2020 terkontraksi sebesar 5,32% dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2019. Jika ingin terhindar dari jurang resesi maka pada triwulan berikutnya pertumbuhan ekonomi harus mengalami kenaikan dibandingkan periode yang sama pada tahun lalu.

Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) memproyeksikan salah satu yang terkena dampak terbesar pada masa pandemi Covid-19 adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian yang dilakukan pada bulan Mei 2020 menunjukkan 94,69% UMKM mengalami penurunan penjualan dimana sektor terdampak paling besar yaitu sektor penyediaan akomodasi makanan minuman, pengolahan dan perdagangan. Hal ini sangat berpengaruh pada perekonomian negara mengingat 99% pelaku usaha di Indonesia adalah UMKM yang berjumlah 64,1 juta. Selain itu, UMKM berkontribusi pada PDB sebesar 61,07% atau setara 8.573,9 triliun. Bahkan tenaga kerja yang terserap pada UMKM sebesar 97,02% dari tenaga kerja di seluruh Indonesia.



Penyerapan Tenaga Kerja dari UMKM 2010-2018

Sumber: Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah via Databoks, diolah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah



Data UMKM di Indonesia

Kontribusi



99%

Pelaku usaha di Indonesia adalah UMKM

61,07% Produk Domestik Bruto (PDB)

disumbangkan oleh UMKM

sebesar **8.573,9 triliun**

Tenaga Kerja



97,02%

Tenaga kerja yang terserap pada UMKM



58,18%

Investasi sektor UMKM



Teknologi Digital

14,37%



Ekspor UMKM Non-Migas

13%

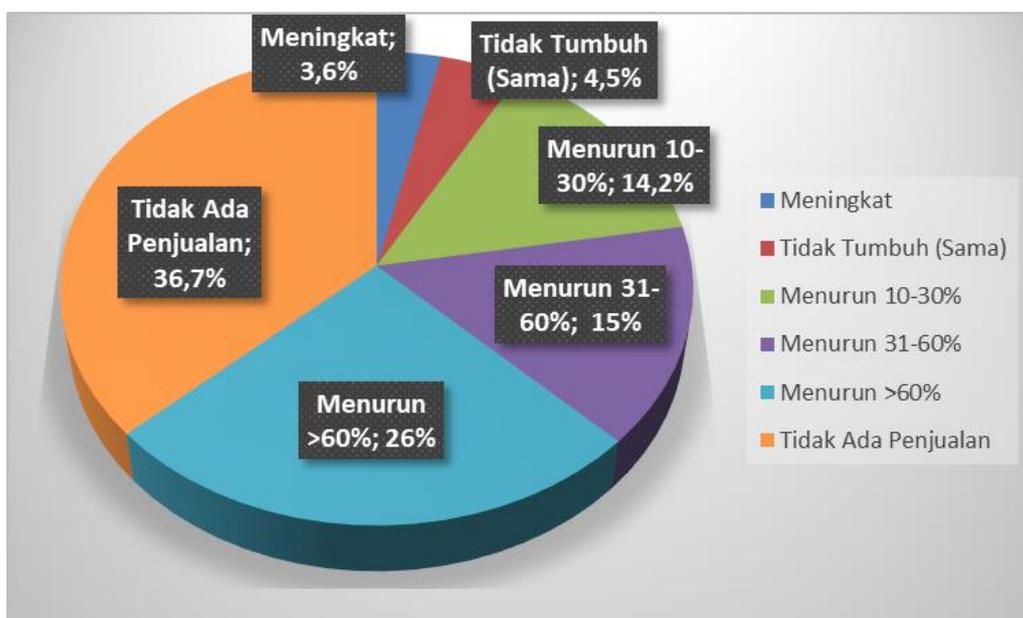


UMKM yang telah terhubung ke ekosistem digital



64,1 juta jumlah UMKM yang ada di Indonesia

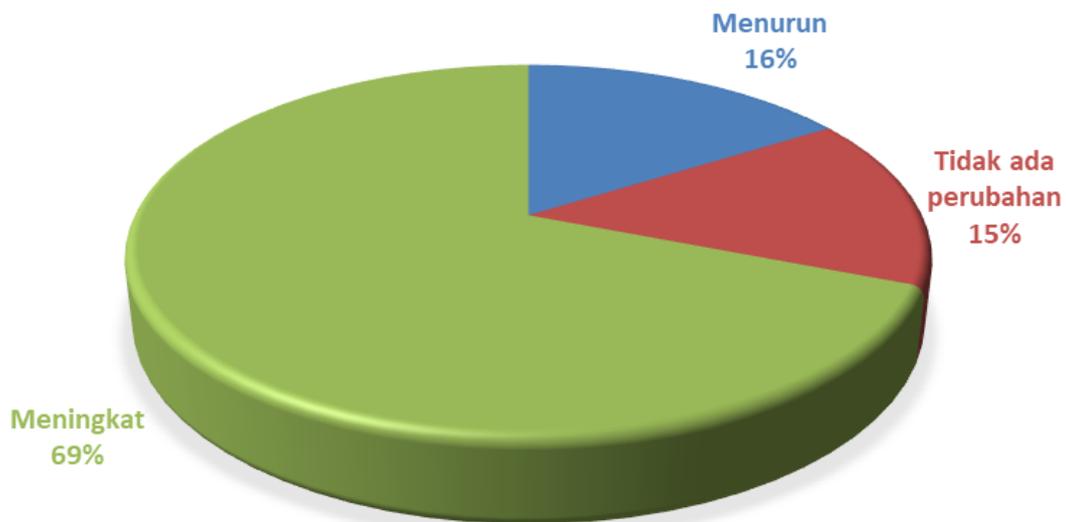
UMKM juga menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia. Data yang didapat dari Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, jumlah tenaga kerja UMKM di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 117 juta orang. Tenaga kerja pada UMKM terus bertambah dari tahun 2016 hingga 2018. Selain itu, penurunan penjualan UMKM juga terjadi berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI). Penelitian mengungkapkan hal yang sangat mengejutkan, sebesar 36,7% UMKM tidak ada penjualan selama bulan April 2020. Sisanya mengalami penurunan mulai 10 hingga lebih 60%. UMKM yang mengalami penjualan yang sama dengan sebelum pandemi sebesar 4,5% dan hanya 3,6% UMKM yang menyatakan terjadinya kenaikan penjualan dibandingkan sebelum terjadinya pandemi.



Penurunan Penjualan UMKM Imbas Pandemi Covid-19

Sumber: Asosiasi Business Development Services Indonesia via Databoks, diolah

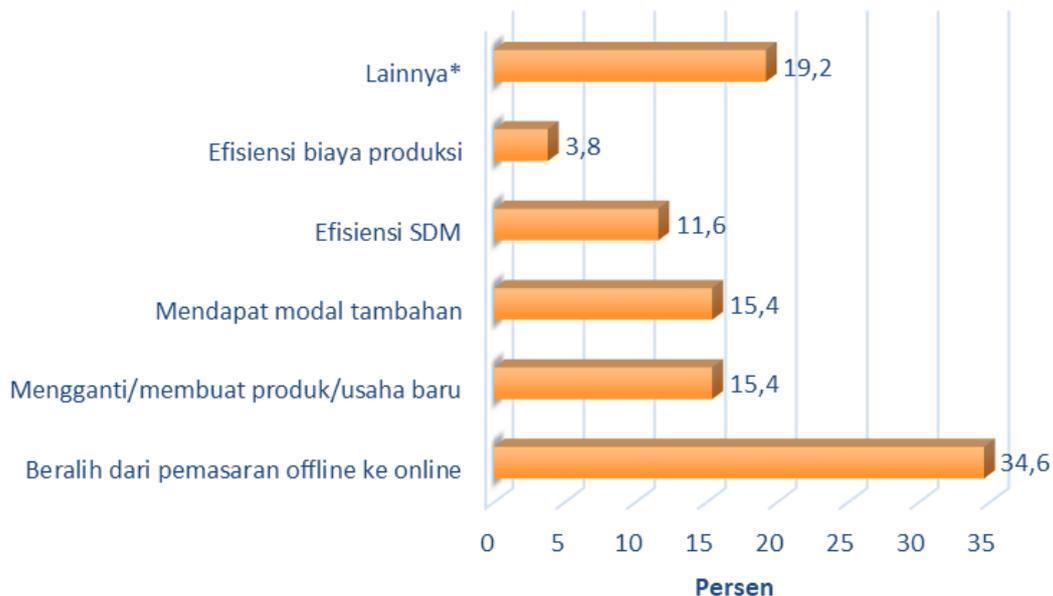
Semua sektor mengalami penurunan pada masa pandemi ini. Namun ada satu sektor yang mampu bertahan yaitu sektor digital. Pemerintah melalui Menteri Keuangan, Sri Mulyani mengimbau seluruh sektor mengubah proses bisnisnya untuk beralih ke digital, termasuk UMKM. Transportasi digital merupakan solusi UMKM untuk bangkit dari krisis. Di masa pandemi ini masyarakat terutama di daerah zona merah akan lebih memilih berbelanja melalui *online*. Hal ini sejalan dengan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM yang mampu bertahan di masa pandemi ini adalah UMKM yang telah terhubung dengan platform *online*.



Persentase Penggunaan E-commerce di Indonesia Pasca Pandemi Covid-19

Sumber : RedSeer via databoks, diolah

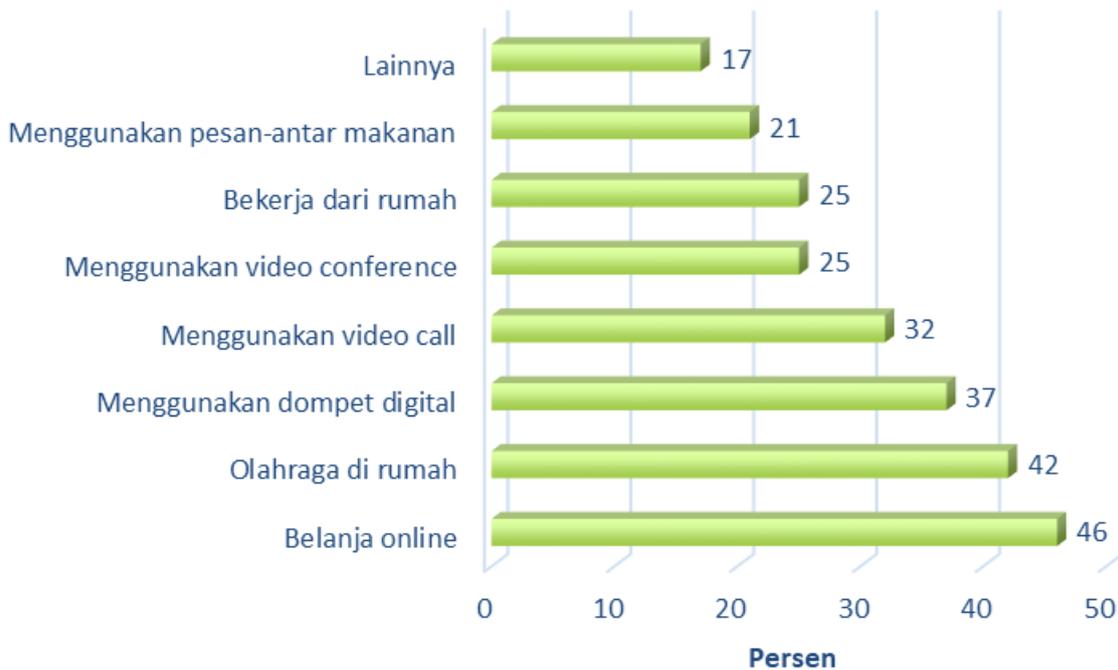
Potensi Indonesia *rebound* pasca pandemi Covid-19 juga dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan RedSeer pada bulan Mei 2020. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa sebanyak 6% pelanggan berencana meningkatkan penggunaan e-commerce. Sedangkan 15% pelanggan akan tetap menggunakan layanan e-commerce pasca Covid-19. Sementara sisanya sebanyak 16% pelanggan kembali menurunkan penggunaan layanan e-commerce seperti sebelum pandemi.



Cara UMKM Bangkit dari Krisis

Sumber: Katadata Insight Center (KIC), diolah

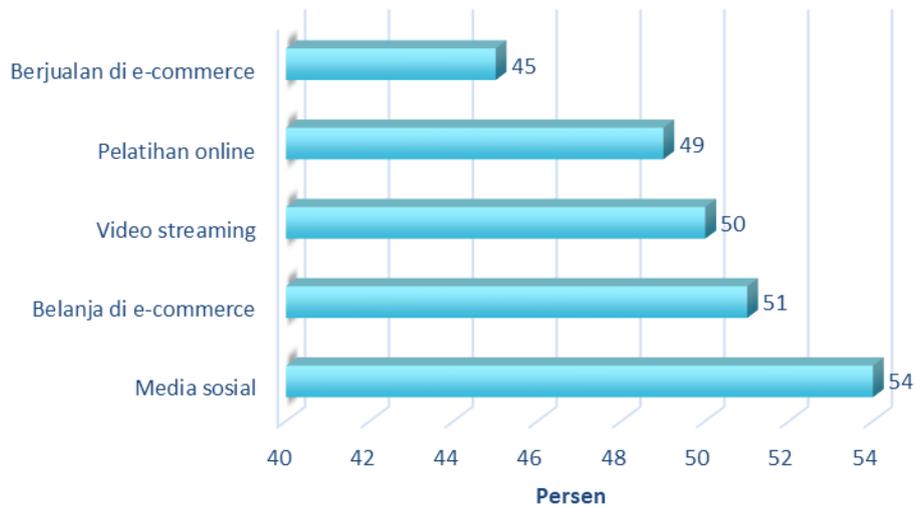
Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Katadata Insight Center yang dilakukan pada bulan Juni 2020. Sebanyak 34,6% responden UMKM mengaku memilih beralih dari sistem pemasaran *offline* ke *online* sebagai cara untuk bangkit dari krisis di tengah pandemi *Covid-19*. Ini merupakan pilihan terbanyak dan sangat realistis pada saat ini. Teknologi informasi digunakan untuk pemasaran, akses pada permodalan, proses produksi dan komunikasi dengan pelanggan di masa pandemi ini.



Kegiatan yang Akan Lebih Sering Dilakukan Responden Setelah Pandemi Covid-19

Sumber: GlobalWebIndeks via Databoks, diolah

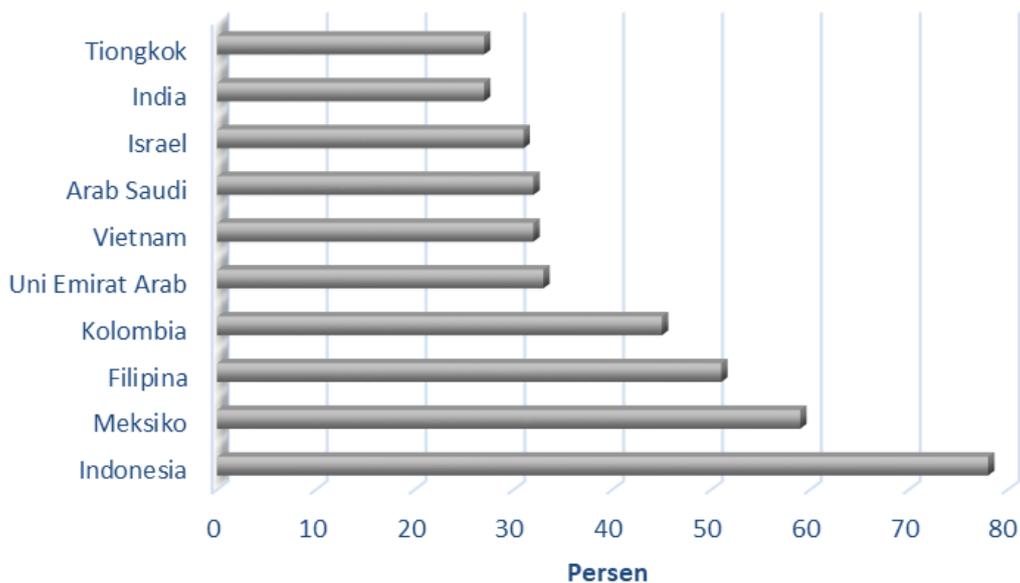
Selain itu, GlobalWebIndex melakukan survei kegiatan yang akan lebih sering dilakukan responden setelah pandemi Covid-19 di dua puluh negara. Sebanyak 46% responden akan lebih sering belanja *online*. Hal ini tentu saja menjadi perhatian khususnya bagi UMKM di Indonesia karena adanya perubahan pola hidup pada masyarakat di masa pembatasan sosial ini. Sebelum pandemi, biasanya masyarakat membeli barang sekunder atau tersier seperti elektronik secara *online*. Namun, setelah adanya pandemi pembelian barang kebutuhan sehari-hari secara *online* cukup tinggi seperti perlengkapan mandi, kebutuhan pokok, dan sebagainya. Hal ini sejalan dengan data BPS pada bulan Juni 2020 bahwa belanja rumah tangga seperti bahan makanan, kesehatan, makanan, dan minuman meningkat selama pandemi Covid-19.



Persentase Responden yang Meningkatkan Penggunaan Media Digital selama Covid-19

Sumber: SEA Insights via Databoks, diolah

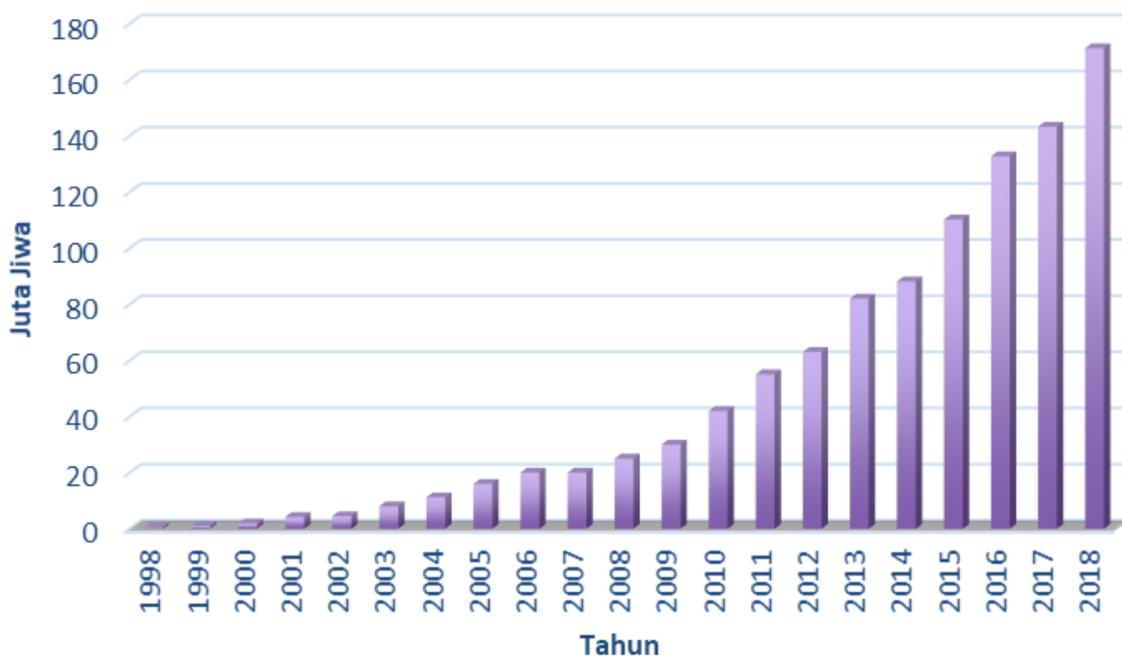
Fakta ini juga didukung Survei SEA Insights menunjukkan sebanyak 51% dan 45% responden semakin banyak belanja *online* dan berjualan *online* melalui e-commerce selama Covid-19. Jual beli secara konvensional mulai beralih menjadi jual beli melalui media *online*. Dengan pemanfaatan teknologi digital dapat mendekatkan yang jauh. Pelaku UMKM dapat melakukan pemasaran tanpa batas. Namun perlu juga diingat bahwa pesaing juga akan semakin banyak, baik itu datang dari negeri sendiri maupun dari luar. Oleh karena itu, perlu juga diperhatikan kualitas produk yang akan dijual.



Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan *E-commerce* Tercepat di Dunia

Sumber: Merchant Machine via Databoks, diolah

Tren pengguna *e-commerce* di Indonesia tumbuh signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Survei dari Merchant Machine tahun 2019, Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Statista memprediksikan pertumbuhan ini masih akan terus terjadi dalam beberapa tahun ke depan. Statista memperkirakan pengguna *e-commerce* di Indonesia dapat mencapai 212,2 juta pada tahun 2023. Penelitian lain berdasarkan riset Google, Temasek dan Bain & Company memperkirakan *gross merchandise value* (GMV) *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2025 sebesar Rp 1.148 triliun. Nilai ini setara dengan separuh pangsa pasar *e-commerce* di kawasan ASEAN.



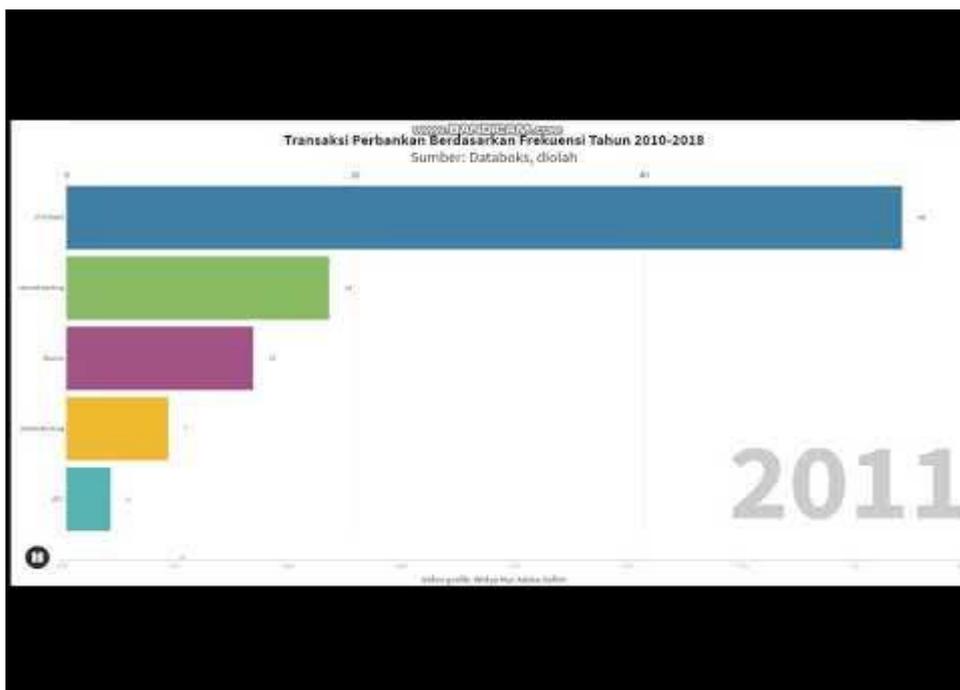
Pengguna Internet di Indonesia (1998-2018)

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) via Databoks, diolah

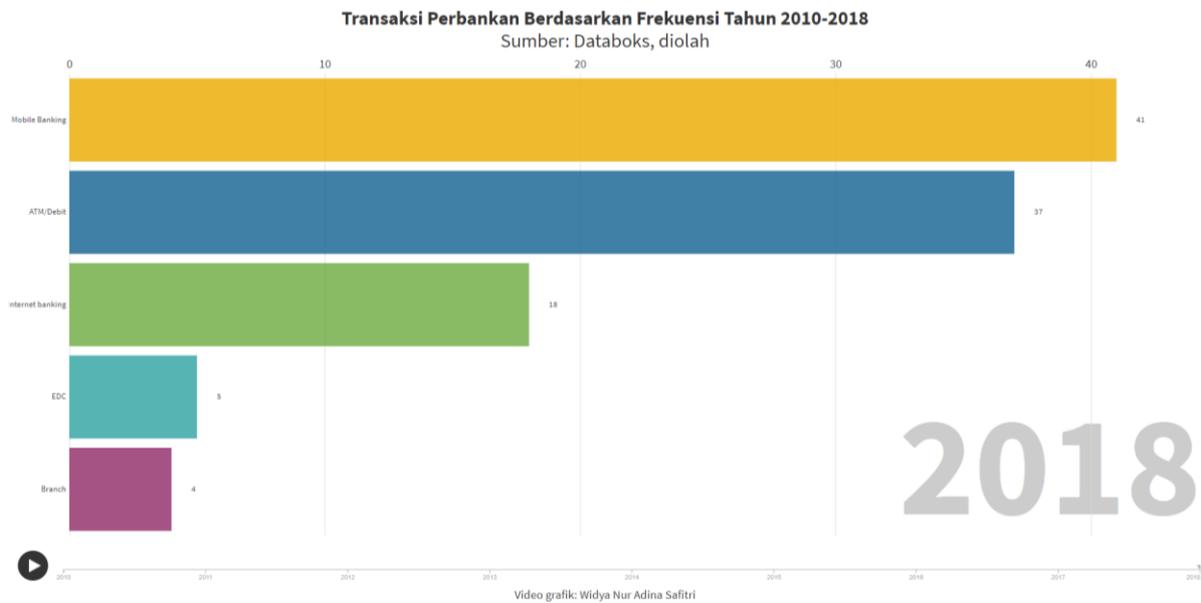
Perubahan cara berbelanja dari *offline* menjadi *online* juga didukung dengan naiknya jumlah pengguna internet. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada Mei 2019 menunjukkan adanya peningkatan pengguna internet dari tahun ke tahun. Hal ini juga didukung penelitian yang dilakukan statista pada bulan Maret 2019, Indonesia berada di peringkat kelima, setelah China, India, Amerika Serikat dan Brazil, dengan pengguna internet sebanyak 143,26 juta. Statista juga memproyeksikan jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2023 mencapai 150 juta pengguna.

Selain itu fakta yang mengejutkan diungkap oleh Hootsuite pada tahun 2020, penduduk Indonesia yang berusia 16 hingga 64 tahun menggunakan internet dalam sehari rata-rata mencapai 7 jam 59 menit. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata sepertiga waktu penduduk usia produktif dalam sehari digunakan untuk berselancar di dunia maya. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa tingkat kecanduan internet di Indonesia nomor lima di dunia setelah Filipina, Brazil, Thailand, dan Kolombia.

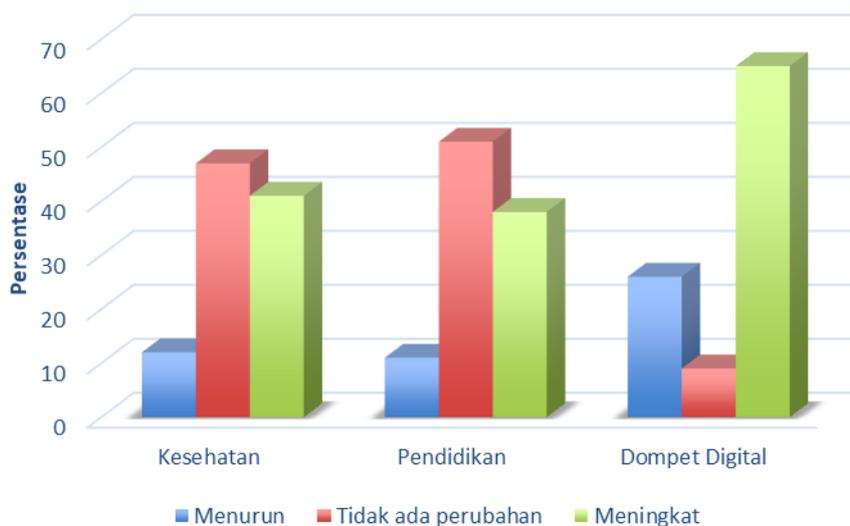
Transaksi digital pada *e-commerce* juga mengalami peningkatan. Tanpa adanya transaksi digital akan sulit melakukan pembayaran yang berasal dari *e-commerce*. Penelitian yang dilakukan PricewaterhouseCoopers (PwC) pada tahun 2019, penggunaan pembayaran *mobile* di Indonesia berada di peringkat kelima dengan pengguna mencapai 47%. Aplikasi *mobile banking* telah menggeser transaksi perbankan melalui kantor cabang dan anjungan tunai mandiri (ATM). Frekuensi transaksi perbankan dari tahun ke tahun dapat dilihat melalui video grafik berikut:



Dapat dilihat pada chanel youtube mbak dina



Selain penggunaan mobile banking, metode pembayaran *e-commerce* melalui *e-wallet* juga semakin digemari. Hal ini terlihat dari pergerakan pengguna *e-commerce* yang melakukan pembayaran dengan *e-wallet* yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Penelitian yang dilakukan Statista pada bulan Agustus 2019 pembayaran menggunakan *e-wallet* berhasil menggeser metode transfer bank dan kartu. Dengan rincian pengguna *e-wallet* sebesar 32%, sedangkan transfer bank dan kartu sebesar 31 dan 24%.



Persentase Penggunaan Layanan Digital di Indonesia Pasca Pandemi Covid-19

Sumber : RedSeer via databoks, diolah

Seiring peningkatan pengguna *e-commerce* dan internet di Indonesia, pengguna layanan digital lainnya juga diperkirakan akan mengalami kenaikan. Penelitian yang dilakukan RedSeer pada bulan Mei 2020 mengungkapkan bahwa sebanyak 65% pelanggan berencana meningkatkan penggunaan dompet digital. Pelanggan layanan digital pada sektor kesehatan dan pendidikan diperkirakan juga akan mengalami peningkatan masing-masing sebesar 41 dan 38% pasca pandemi Covid-19.



Persentase Penduduk Yang Memiliki HP (Telepon Seluler) di Wilayah Perkotaan dan Pedesaan

Sumber: Databoks

Namun sayangnya belum semua wilayah di Indonesia memiliki persentase penduduk yang memiliki HP yang tinggi terutama di daerah pedesaan. Semakin jauh dari ibukota semakin sedikit yang masyarakat yang menggunakan *handphone*. Selain itu kendala *bandwith* internet masih terjadi terutama di daerah-daerah terpencil. Fakta menunjukkan bahwa dari sekitar 64,1 juta populasi UMKM di Indonesia, baru 13% saja yang telah terhubung ke ekosistem digital. Banyak pelaku UMKM belum mengetahui tata cara penjualan *online*, cara membuat tampilan dan informasi produk yang menarik, cara menjawab keluhan konsumen dan sebagainya. Transformasi digital merupakan solusi membantu bisnis dari semua lini dalam rangka pemulihan ekonomi termasuk pada UMKM.

Indeks Daya Saing Digital 2020 juga menunjukkan bahwa posisi Indonesia masih di bawah jika dibandingkan dengan negara lain di ASEAN. Indonesia hanya berada pada peringkat 56 dari 63 negara. Begitu juga dengan Indeks Pembangunan

Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) 2016, Indonesia hanya berada pada peringkat 111 dari 176 negara. Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) merupakan suatu ukuran standar yang dapat menggambarkan tingkat pembangunan teknologi informasi dan komunikasi suatu wilayah, potensi pengembangan TIK serta kesenjangan digital. Semakin tinggi nilai indeks menunjukkan potensi dan perkembangan pembangunan TIK suatu wilayah lebih optimal. Sebaliknya, semakin rendah nilai indeks, menunjukkan pembangunan TIK di suatu wilayah masih belum optimal.

BPS telah merilis angka IP-TIK Indonesia tahun 2018 sebesar 5,07 yang meningkat dibanding IP-TIK tahun 2017 sebesar 4,96 dengan skala 0-10. Didalam penghitungan IP-TIK terdapat 11 indikator penyusun yang terbagi dalam 3 subindeks, yaitu subindeks akses dan infrastruktur, subindeks penggunaan, dan subindeks keahlian sesuai dengan standar internasional yang dikeluarkan oleh *International Telecommunication Union* (ITU). Data yang digunakan untuk penghitungan IP-TIK bersumber dari data BPS dan data sekunder dari Kementerian Komunikasi dan Informatika. Data BPS yang digunakan diantaranya hasil Susenas, proyeksi jumlah penduduk, serta data pada subindeks keahlian.

Selain IP-TIK, ukuran standar yang dapat menggambarkan tingkat pembangunan adalah Indeks Pembangunan Manusia (IPM). IPM merupakan indikator ukuran kinerja pembangunan secara keseluruhan. Tinggi rendahnya IPM di suatu wilayah dapat terlihat dengan adanya hubungan dengan indikator IP-TIK, PDRB per kapita, serta persentase penduduk miskin. Penulis melakukan analisis inferensial dengan menggunakan data panel seluruh provinsi di Indonesia tahun 2012-2017 yang diperoleh dari databoks dan BPS. Hasilnya dengan menggunakan model *Fix Effect* diperoleh, IPM berkorelasi positif serta signifikan dengan IPTIK dan PDRB per kapita, sedangkan dengan persentase penduduk miskin berkorelasi negatif dan signifikan. Model yang diperoleh dari hasil penelitian ini:

$$ipm_{it} = 67,42 + 0,80iptik_{it} - 0,52persentasemiskin_{it} + 0,00007pdrb_{it} + \epsilon_{it}$$

Uji simultan dan parsial yang dilakukan menunjukkan hasil yang signifikan pada taraf uji 5%. Dengan tingkat kepercayaan 95%, kenaikan IP-TIK sebesar 1 satuan akan meningkatkan IPM sebesar 0,80 satuan dan kenaikan persentase kemiskinan 1% akan menurunkan IPM sebesar 0,52 satuan serta kenaikan PDRB per kapita

sebesar 1 satuan akan meningkatkan IPM sebesar 0,00007 satuan nilai dengan asumsi variabel lain konstan (*ceteris paribus*). Hal menjadi indikasi bahwa semakin melek digital penduduk maka semakin berkurangnya penduduk miskin di suatu wilayah. Ini menjadi perhatian kita bersama, dengan memanfaatkan perkembangan ekonomi digital dan revolusi industri 4.0 dapat mengakselerasi pemenuhan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs).

Dengan adanya pandemi Covid-19 ini menjadi momentum percepatan transformasi digital pada masyarakat khususnya pelaku UMKM di Indonesia. Salah satu prinsip *interpreneurship* adalah mampu beradaptasi. Pelaku UMKM harus beradaptasi dari sistem pemasaran *offline* ke *online* sebagai cara untuk bangkit dari krisis di tengah pandemi *Covid-19*. Literasi digital UMKM sangat penting dan tidak dapat dihindari. Namun, literasi digital masih terdapat kendala pada masyarakat Indonesia. Selain kendala sarana dan prasarana yang belum merata, kemampuan literasi digital juga perlu ditingkatkan.

Peningkatan literasi digital dapat dilakukan melalui pelatihan oleh kementerian dan *platform* digital. Selain itu, program mentoring UMKM merupakan salah satu solusi untuk meningkatkan literasi digital bagi pelaku UMKM. Perlu adanya pendampingan bagi UMKM dalam menerapkan transformasi digital ini. Selain itu, pelaku UMKM juga dapat bergabung dengan komunitas baik itu *start up*, *marketplace* maupun komunitas *platform* digital yang ada di daerah-daerah. Selain itu juga perlu adanya dukungan pengamanan siber dalam penggunaan teknologi informasi untuk melindungi usaha UMKM. Sudah saatnya kita berubah. Kita percaya bahwa dengan kekuatan teknologi dapat memberikan solusi nyata bagi perkembangan UMKM di masa pandemi. Transformasi digital pada UMKM bukan lagi pilihan namun keharusan untuk pemulihan ekonomi di negeri tercinta ini.

Referensi:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/08/indonesia-peringkat-kelima-dunia-penggunaan-pembayaran-mobile-2019>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/pengguna-internet-di-indonesia-2018-bertambah-28-juta>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/06/tingkat-kecanduan-internet-di-indonesia-nomor-lima-di-dunia>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/08/transaksi-digital-menggeser-peran-kantor-cabang-dan-atm-bank>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/05/metode-pembayaran-e-commerce-melalui-e-wallet-semakin-digemari>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/04/pangsa-pasar-e-commerce-indonesia-terbesar-di-asean>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/indonesia-habiskan-hampir-8-jam-untuk-berinternet>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/18/apa-layanan-digital-yang-sering-digunakan-selama-Covid-19>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/20/berapa-sumbangan-umkm-terhadap-perekonomian-indonesia>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/21/berapa-tenaga-kerja-yang-terserap-dari-umkm-di-indonesia>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/03/belanja-rumah-tangga-meningkat-selama-pandemi-Covid-19>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/10/penurunan-penjualan-umkm-imbis-pandemi-Covid-19>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/27/beralih-ke-pemasaran-digital-siasat-umkm-bangkit-dari-krisis>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/03/pandemi-Covid-19-pacu-umkm-gunakan-media-digital>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/08/ini-kegiatan-yang-akan-lebih-sering-dilakukan-orang-setelah-pandemi>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/08/05/konsumsi-rumah-tangga-rendah-ekonomi-kuartal-ii-2020-minus-532>

https://databoks.katadata.co.id/regional?id_indikator=830&tipe=2

<http://lipi.go.id/siaranpress/Diagnosis-Ekonomi-Nasional-Terhadap-Kinerja-UMKM-di-Pandemi-COVID-19/22069>

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2018/12/17/1532/indeks-pembangunan-teknologi-informasi-dan-komunikasi--ip-tik--indonesia-tahun-2017-sebesar-4-99-pada-skala-0---10.html>

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/08/05/1737/-ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2020-turun-5-32-persen.html>

<https://www.bps.go.id/publication/2019/12/18/fd1e96b05342e479a83917c6/statistik-e-commerce-2019.html>