

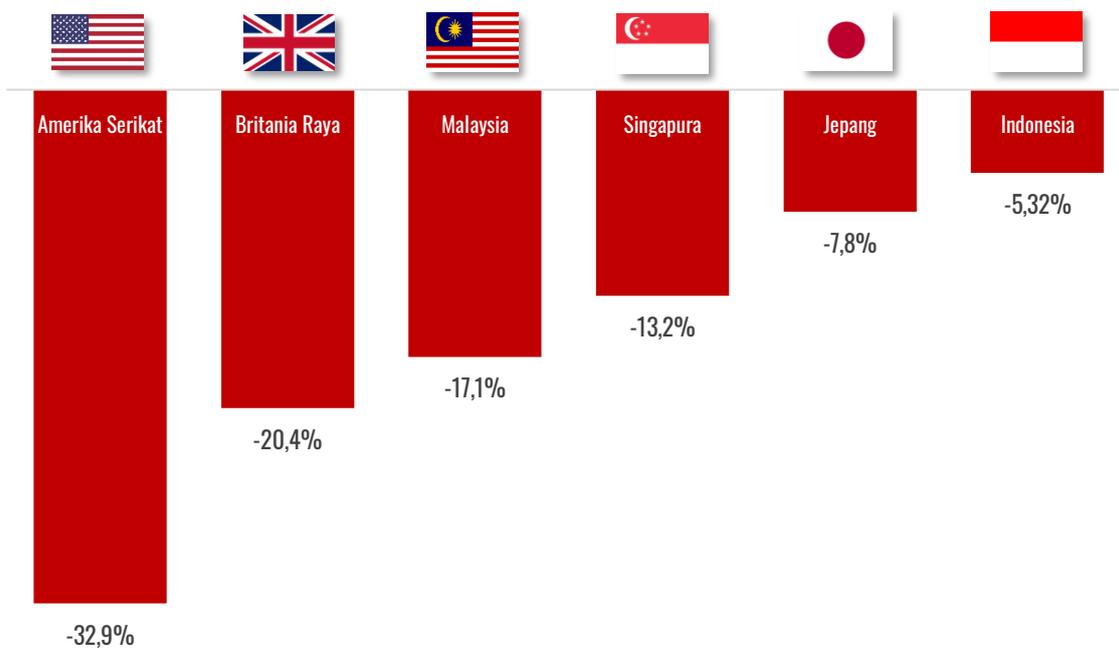
Digitalisasi UMKM: Penggerak Perekonomian Bangsa saat Pandemi COVID-19

(Salim Satriajati - DC-0279)

Pandemi COVID-19 yang masih berlangsung sampai saat ini mengakibatkan dampak negatif di berbagai sektor, terutama di bidang kesehatan, ekonomi dan sosial. Ketidakpastian akan berakhirnya pandemi semakin memperburuk keadaan. Jika pandemi ini berlangsung lama, dikhawatirkan dampak negatif tersebut dapat melebihi dampak yang ditimbulkan krisis ekonomi 2008 bahkan krisis multidimensi 1997-1998.

Salah satu sektor yang terdampak besar dari adanya pandemi COVID-19 adalah sektor ekonomi. Banyak negara di dunia kini terjerembap ke dalam jurang resesi. Salah satunya adalah Amerika Serikat yang telah mengumumkan pada bulan Juni lalu bahwa perekonomian negara adidaya tersebut mengalami kontraksi pada dua kuartal berturut-turut, yakni minus 5 persen pada kuartal I dan minus 32,9 persen pada kuartal II secara *year-on-year*.

Produk Domestik Bruto (PDB) Kuartal II di Beberapa Negara (*year-on-year*)



Sumber: diolah dari berbagai sumber

Indonesia pun tidak lepas dari ancaman resesi. Menurut rilis Badan Pusat Statistik pada 5 Agustus 2020 bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) pada kuartal II 2020 menyusut sebesar 5,32 persen. Jika kontraksi tersebut kembali terjadi pada kuartal berikutnya, dapat dipastikan Indonesia akan mengalami resesi.

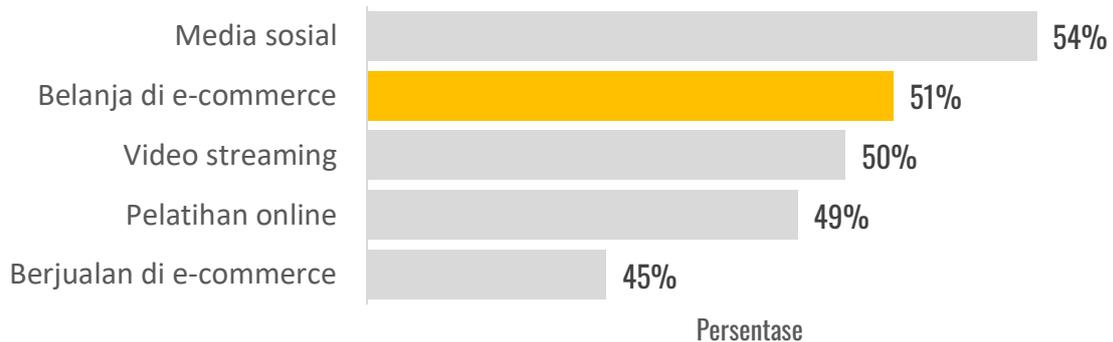
Perekonomian yang bertumpu pada model pembiayaan internasional tentu sangat rentan terhadap krisis. Berkaca pada krisis ekonomi 1997 dimana perekonomian nasional mengandalkan perusahaan besar sebagai penopang ekonomi. Maka dari itu, perlu adanya solusi dengan mengimplementasikan skema ekonomi yang menitikberatkan pada ekonomi kerakyatan dan kemandirian bangsa. UMKM adalah jawaban atas permasalahan tersebut.

UMKM memiliki potensi untuk membantu menggerakkan perekonomian Indonesia, terutama di tengah kondisi pandemi dan ancaman resesi seperti saat ini. UMKM adalah salah satu penerapan dari ekonomi kerakyatan, dimana perputaran roda ekonomi dijalankan dari rakyat, oleh rakyat dan kepada rakyat. Dengan perekonomian berbasis kerakyatan tersebut, Indonesia memiliki kekuatan tersendiri dan khas dibanding negara lain yang menganut sistem liberalisme maupun sosialisme dalam perekonomiannya. Maka dari itu, UMKM dapat dikatakan memegang peranan penting bagi perekonomian nasional.

Namun, UMKM kini mengalami kondisi sulit dalam menghadapi pandemi COVID-19. Seperti yang dikatakan oleh Menteri Keuangan, Sri Mulyani dalam acara pelantikan pimpinan tinggi pratama di lingkungan Kementerian Keuangan (Kemenkeu) pada 24 Agustus 2020. “Usaha kecil menengah adalah tulang punggung perekonomian Indonesia yang saat ini mengalami kondisi sangat sulit dan unik.” , ucap Sri Mulyani di hadapan mereka.

Adanya pandemi membuat masyarakat menjadi ketakutan dan memaksa masyarakat untuk meminimalisasi aktivitas di luar ruangan. Terlebih dengan adanya pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh pemerintah. Menurunnya aktivitas di luar ruangan secara tidak langsung membuat aktivitas digital masyarakat menjadi meningkat. Masyarakat kini lebih menghabiskan waktunya untuk menggunakan gawai miliknya. Seperti yang ditunjukkan pada grafik di bawah ini dimana responden meningkatkan penggunaan media digitalnya selama pandemi.

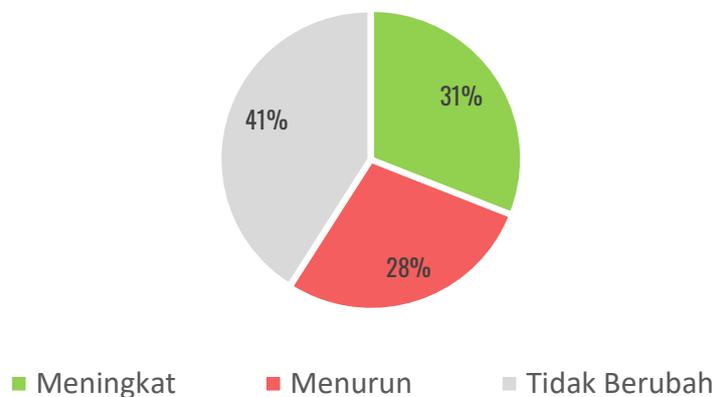
Persentase Responden yang Meningkatkan Penggunaan Media Digital selama Covid-19



Sumber: SEA Insights, 2 Juli 2020

Peningkatan aktivitas digital masyarakat yang perlu disoroti disini adalah kegiatan berbelanja melalui *e-commerce*, dimana responden yang diwawancarai pada survei tersebut mengaku meningkatkan aktivitas berbelanja secara daring sebesar 51 persen. Sejalan dengan hal di atas, berdasarkan Survei Sosial Demografi Dampak COVID-19 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik bulan Juni 2020 lalu bahwa sekitar 31 persen responden mengaku aktivitas belanja secara daring menjadi meningkat selama pandemi, 28 persen responden mengalami penurunan aktivitas dan sisanya tetap.

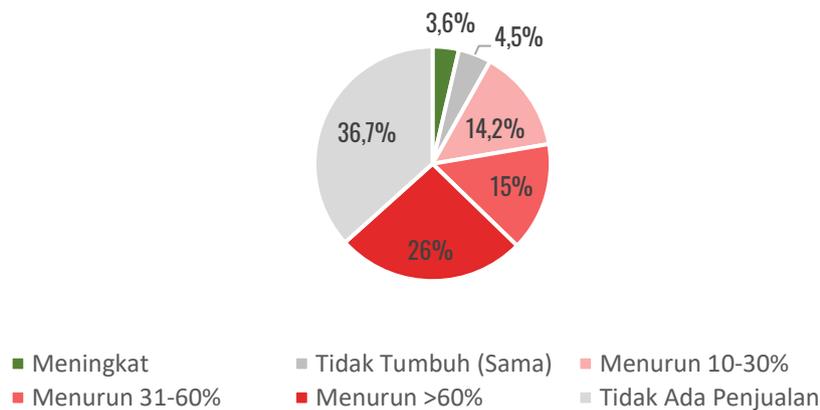
Persentase Aktivitas Belanja Masyarakat secara Daring



Sumber: Survei Sosial Demografi Dampak COVID-19 Badan Pusat Statistik, 2020

Namun, bertolak belakang dengan fakta sebelumnya, mayoritas penjualan pada sektor UMKM justru mengalami penurunan selama pandemi COVID-19. Seperti yang tampak pada grafik di bawah ini. Penjualan pada sektor UMKM menurun hingga 55,2 persen, dengan rincian penjualan pada sektor UMKM yang mengalami penurunan sebesar 10-30 persen sebanyak 14,2 persen, penurunan sebesar 31-60% sebanyak 15 persen dan penurunan sebesar 60 persen sebanyak 26 persen. Sedangkan hanya sebagian kecil UMKM yang mengalami kenaikan penjualan, yakni sebanyak 3,6 persen.

Penurunan Penjualan Sektor UMKM Akibat Covid-19

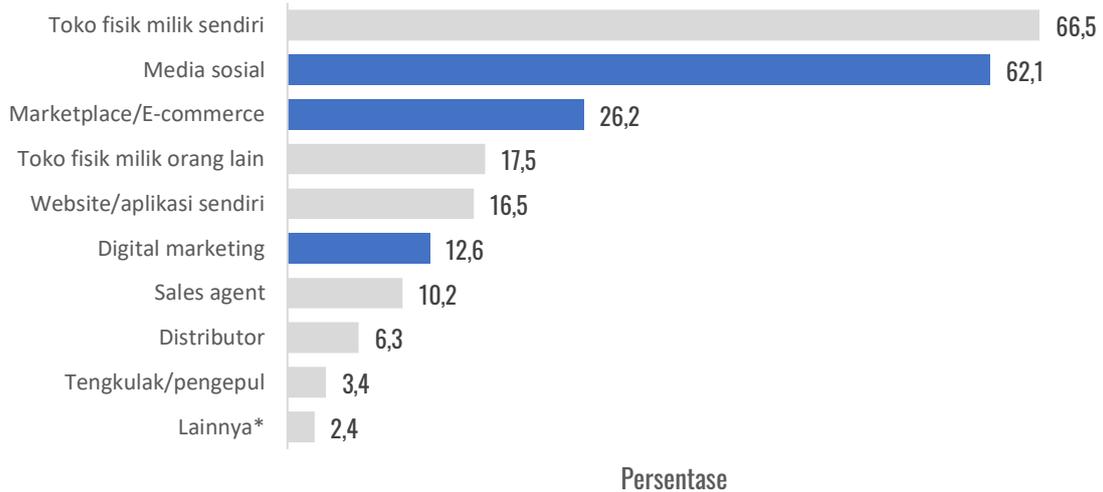


Sumber: Asosiasi Business Development Services Indonesia, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), 13 April 2020

Penurunan tersebut dapat terjadi karena beberapa penyebab dan salah satu penyebab yang mungkin terjadi adalah karena penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh pemerintah. Karena fokus dari pemberlakuan PSBB adalah membatasi kegiatan fisik masyarakat, maka adanya PSBB membuat aktivitas masyarakat di luar ruangan, terutama di tempat umum seperti pasar maupun pertokoan menjadi menurun. Penurunan aktivitas masyarakat tersebut yang menyebabkan penjualan di sektor UMKM otomatis ikut menurun, apalagi jika UMKM tersebut hanya mengandalkan toko fisik dan belum mengimplementasikan kemajuan teknologi digital.

Keadaan tersebut memaksa pelaku di sektor UMKM untuk memutar otak agar keberlangsungan usahanya tetap terjaga. Mengingat tren belanja masyarakat secara daring (dalam jaringan) makin meningkat, tentu ini menjadi peluang bagi UMKM untuk melebarkan sayap penjualannya yang jika selama sebelum pandemi, mereka lebih mengandalkan toko fisik, kini mereka perlu mencoba peruntungan dengan beralih ke bentuk toko digital.

Jenis Saluran Berjualan UMKM

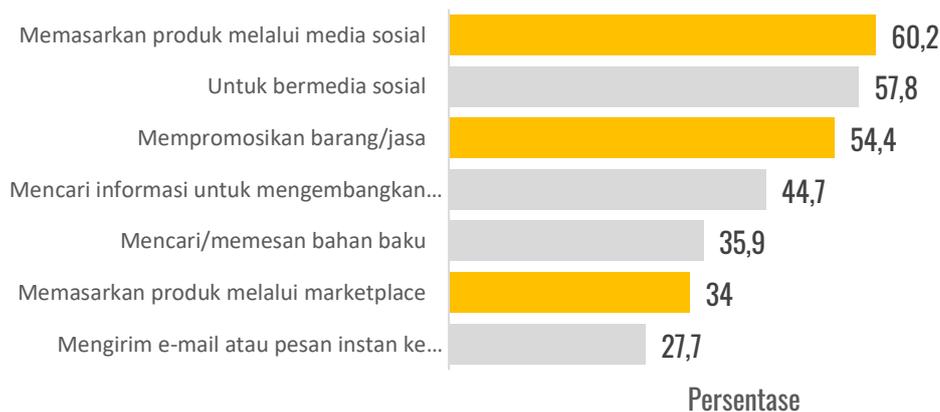


Sumber: Katadata Insight Center (KIC), Juni 2020

Nyatanya, saat ini sudah banyak UMKM yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital dimana 62,1 persen UMKM sudah menggunakan media sosial, 26,2 persen UMKM sudah mendaftarkan tokonya ke situs *marketplace*, bahkan 12,6 persennya sudah menerapkan *digital marketing*. Walaupun pemanfaatan teknologi digital belum dilakukan oleh pelaku UMKM secara keseluruhan, tetapi fakta tersebut menunjukkan bahwa Indonesia sebenarnya mampu dan berpeluang untuk melakukan digitalisasi UMKM.

Kemampuan dalam digitalisasi UMKM tersebut sejalan dengan data di bawah ini. Semakin masifnya penggunaan internet di tengah masyarakat saat ini, membuat pelaku di sektor UMKM ikut memanfaatkan internet untuk memenuhi keperluan usahanya.

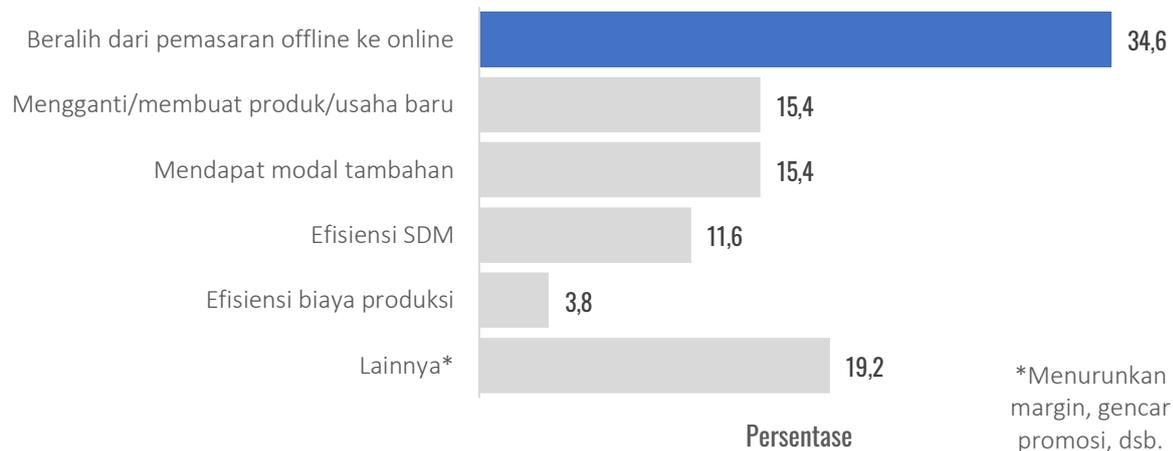
Tujuan Pelaku UMKM Mengakses Internet



Sumber: Katadata Insight Center (KIC), Juni 2020

Berdasarkan tujuan UMKM dalam memanfaatkan internet tersebut, yang patut menjadi perhatian disini adalah bagaimana UMKM sudah bisa menggunakan internet sebagai sarana digitalisasi usahanya seperti memasarkan produk melalui media sosial, mempromosikan barang/jasa dan memasarkan produk melalui *marketplace*. Terlebih saat ini dengan adanya pandemi COVID-19, akan makin banyak pelaku UMKM yang mengalihkan pemasarannya dari yang semula melalui luring (luar jaringan) kini melalui daring. Hal tersebut dapat dibuktikan pada data perubahan pola penjualan karena pandemi di bawah ini.

Cara UMKM Bangkit dari Krisis



Sumber: Katadata Insight Center (KIC), Juni 2020

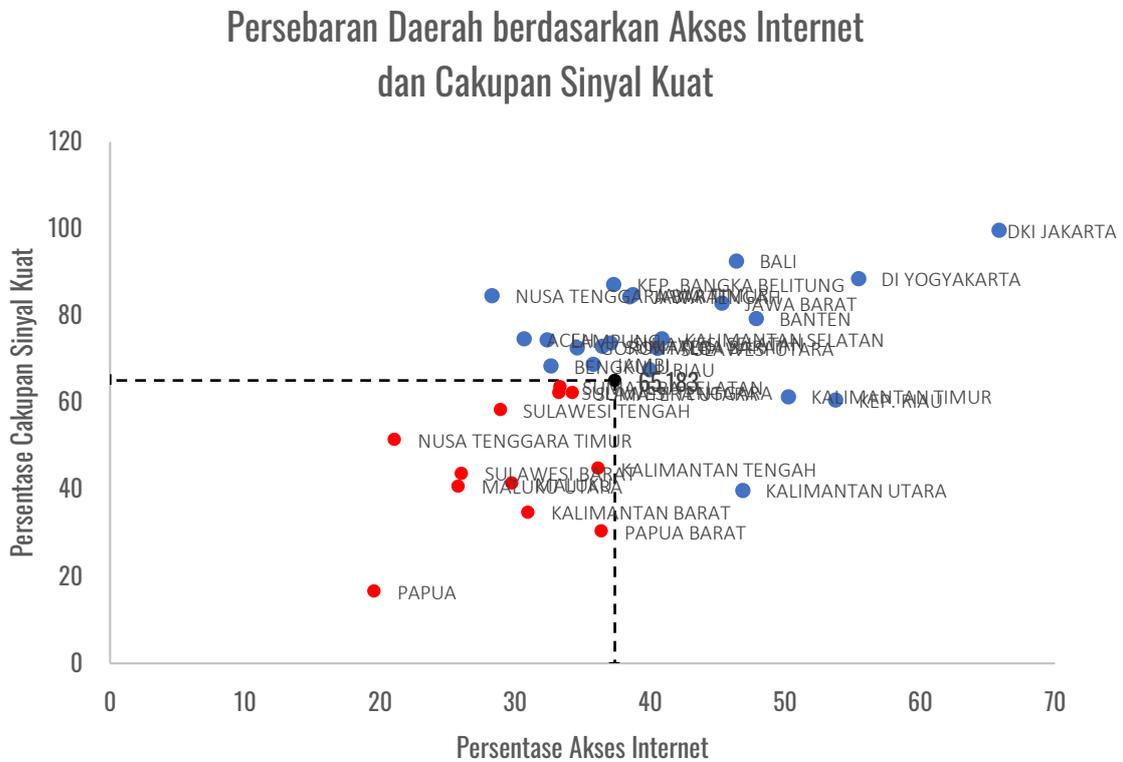
Terlihat bahwa cara UMKM untuk bangkit dari krisis dengan mengalihkan pemasaran luring menjadi daring adalah yang terbesar dibanding cara lainnya, yakni sebanyak 34,6 persen. Hal itu membuktikan bahwa pelaku UMKM mulai sadar untuk melakukan digitalisasi UMKM demi keberlangsungan usahanya.

Namun, segala potensi penerapan digitalisasi UMKM di atas nampaknya tidak akan berjalan efektif jika sarana pendukung adanya digitalisasi tidak tersedia secara menyeluruh. Nyatanya, masih ada daerah yang belum tercakupi oleh jaringan internet yang mumpuni.

Selain permasalahan sarana berupa cakupan jaringan internet, masalah lainnya adalah akses internet di masyarakat. Seperti dikatakan Deputy Restrukturisasi Usaha Kementerian Koperasi dan UKM RI, Eddy Satriya yang mengatakan bahwa ketersediaan akses internet dan permodalan yang terbatas menjadi tantangan dalam melakukan digitalisasi pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). "Permasalahan digitalisasi UMKM, ketersediaan akses internet dan permodalan terbatas," ucap Eddy dalam diskusi lewat media virtual

pada Selasa, 21 Juli 2020. Tidak hanya diperlukan oleh pelaku UMKM, masyarakat sebagai pihak yang melakukan permintaan tentu juga memerlukan akses internet agar dapat melakukan pembelian barang secara daring.

Adapun pemetaan daerah di Indonesia berdasarkan persentase perdesaan dan perkotaan yang tercakupi sinyal internet kuat dan persentase penduduk (usia 5 tahun ke atas) yang pernah mengakses internet dalam tiga bulan terakhir pada tahun 2018, dapat dilihat pada diagram pencar (*scatter plot*) di bawah ini.



Sumber: Databoks dan BPS

Dapat dilihat bahwa cakupan jaringan internet kuat dan akses internet yang dibawah rata-rata secara mayoritas berada di wilayah Indonesia bagian tengah dan timur, yakni Papua, Papua Barat, Kalimantan Barat, Maluku Utara, Maluku, Sulawesi Barat, Kalimantan Tengah, Nusa Tenggara Timur, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara. Sementara daerah lainnya yakni di Sumatera Selatan dan Sumatera Utara.

Melihat fakta tersebut, maka pemerintah perlu menyiapkan infrastruktur dan akses internet yang mumpuni untuk masyarakat, terutama di Indonesia bagian tengah dan timur yang salah satu tujuannya yakni mewujudkan digitalisasi UMKM di seluruh penjuru Indonesia.

Dengan adanya anggaran penanganan COVID-19 untuk UMKM yang sangat besar, yakni mencapai Rp 123,46 triliun, pemerintah harus dapat mengalokasikan dana tersebut dengan sebaik-baiknya dan tepat menyasar pada keberlangsungan UMKM di Indonesia. Kebijakan terkait digitalisasi UMKM seperti penyediaan infrastruktur jaringan internet, pelatihan penggunaan media digital bagi pelaku UMKM dan kerjasama dengan berbagai *marketplace* dan tampaknya perlu segera dilakukan oleh pemerintah, disamping kebijakan seperti keringanan kredit bagi pelaku UMKM.

Berdasarkan pemaparan di atas, ternyata UMKM di Indonesia benar-benar memiliki kemampuan dan potensi dalam melakukan digitalisasi UMKM. Potensi tersebut seharusnya dapat dimanfaatkan oleh pelaku ekonomi di sektor UMKM ini untuk bertransformasi dan tidak hanya mengandalkan penjualan secara fisik.

Selanjutnya, yang perlu dilakukan UMKM adalah terus mengupayakan inovasi penjualan dan promosi lewat penjualan secara daring. Hal tersebut menjadi penting agar UMKM dapat dengan cepat dan tepat menjangkau konsumen yang saat ini kegiatan menggunakan teknologi digitalnya semakin meningkat saat pandemi. Di sisi lain, pemerintah juga perlu mendukung digitalisasi UMKM dengan membuat kebijakan yang tepat.

Diharapkan dengan dilakukannya digitalisasi, kegiatan UMKM di Indonesia dapat bangkit dari keterpurukan dan kembali bergairah. Pada akhirnya, semoga perekonomian Indonesia bisa terselamatkan dari jurang resesi dan kembali bergerak ke arah yang positif. Ketika hal tersebut terwujud, bukan hal yang mustahil bagi negeri ini untuk mencapai "Indonesia Rebound".

DAFTAR PUSTAKA

Sarfiah, S.N., Atmaja, H.E. & Verawati, D.M. 2019. UMKM sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*. 4(2): 137-146.

Singgih, M.N. 2007. Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai Refleksi Pembelajaran Krisis Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*. 3(3): 218-227.

Subdirektorat Indikator Statistik. Hasil Survei Sosial Demografi Dampak COVID-19. 2020. Jakarta: *Badan Pusat Statistik*.

REFERENSI WEBSITE

bps.go.id/pressrelease/2020/08/05/1737/-ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2020-turun-5-32-persen.html (diakses pada 8 Agustus 2020)

businesstimes.com.sg/government-economy/singapore-q2-gdp-plunges-by-132-in-worst-quarter-on-record (diakses pada 5 September 2020)

economy.okezone.com/read/2020/07/21/320/2249854/digitalisasi-umkm-terpentok-akses-internet-dan-modal-terbatas (diakses pada 5 September 2020)

economy.okezone.com/read/2020/08/24/20/2266450/lantik-11-pejabat-baru-sri-mulyani-minta-jangan-cuma-sibuk-main-zoom (diakses pada 5 September 2020)

edition.cnn.com/2020/08/28/economy/global-recession-g7-countries/index.html (diakses pada 5 September 2020)

ekonomi.bisnis.com/read/20200603/12/1247992/pandemi-covid-19-survei-bps-tren-belanja-online-naik-mayoritas-milenial-perempuan (diakses pada 8 Agustus 2020)

jurnal.id/id/blog/penyelamat-krisis-1998-ukm-diharapkan-terjang-krisis-karena-korona/ (diakses pada 8 Agustus 2020)

liputan6.com/bisnis/read/4319340/resmi-amerika-serikat-jatuh-ke-jurang-resesi (diakses pada 8 Agustus 2020)

nasional.kompas.com/read/2020/06/04/05010011/anggaran-penanganan-covid-19-membengkak-jadi-rp-677-2-triliun-ini-rinciannya (diakses pada 14 Agustus 2020)

spi.or.id/gerakan-rakyat-dan-pemerintah-daerah-sinergi-melawan-krisis-multidimensi/ (diakses pada 8 Agustus 2020)

straitstimes.com/asia/se-asia/malaysias-q2-gdp-contracts-171-per-cent-govt-eyes-recovery-as-economic-activities (diakses pada 5 September 2020)

SUMBER DATA

- Pandemi Covid-19 Pacu UMKM Gunakan Media Digital
(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/03/pandemi-covid-19-pacu-umkm-gunakan-media-digital#>)
- Penurunan Penjualan UMKM Imbas Pandemi Covid-19
(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/10/penurunan-penjualan-umkm-imbaspandemi-covid-19>)
- Mayoritas UMKM Memanfaatkan Toko Fisik Pribadi untuk Usahanya
(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/27/mayoritas-umkm-memanfaatkan-toko-fisik-pribadi-untuk-usahanya#>)
- Beralih ke Pemasaran Digital, Siasat UMKM Bangkit dari Krisis
(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/27/beralih-ke-pemasaran-digital-siasat-umkm-bangkit-dari-krisis#>)
- Internet Mendukung UMKM Jangkau Pelanggan
(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/27/internet-mendukung-umkm-jangkau-pelanggan>)
- Persentase Coverage Kekuatan Sinyal Perdesaan Dan Perkotaan Sinyal Kuat
(https://databoks.katadata.co.id/regional?id_indikator=832&tipe=2)
- Persentase Penduduk Usia 5 Tahun ke Atas yang Pernah Mengakses Internet dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Provinsi dan Klasifikasi Daerah 2016-2018
(<https://www.bps.go.id/indicator/2/406/1/persentase-penduduk-usia-5-tahun-ke-atas-yang-pernah-mengakses-internet-dalam-3-bulan-terakhir-menurut-provinsi-dan-klasifikasi-daerah.html>)