

MENDORONG PENERAPAN DIGITALISASI PADA USAHA MIKRO DAN KECIL DI INDONESIA**Ida Ayu Meisthya Pratiwi****Ida Ayu Gde Dyas**¹*Fakultas EkonomidanBisnisUniversitasUdayana (Unud), Bali, Indonesia***ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tantangan dan hambatan penerapan digitalisasi oleh UMKM, khususnya usaha mikro dan usaha kecil di Indonesia. Penelitian ini menggunakan Teknik analisis deskriptif kualitatif, dimana peneliti mengumpulkan informasi dan data sekunder dari berbagai sumber dan hasil penelitian dari jurnal-jurnal sebelumnya terkait dengan digitalisasi UMKM. Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa tantangan dan hambatan usaha mikro dan usaha kecil dalam menerapkan digitalisasi kembali pada sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan yang masih rendah mengenai digitalisasi, rendahnya keterampilan, pengalaman, serta rendahnya minat pelaku usaha mikro dan usaha kecil untuk mau mempelajari teknologi informasi dan komunikasi, selain itu kekurangan akses terhadap sarana dan prasarana pendukung juga menjadi penghambat penerapan digitalisasi. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis memberi saran agar pemerintah melalui dinas koperasi dan UMKM agar lebih gencar dalam rangka menoptimalkan pemerataan penerapan digitalisasi terutama bagi sektor usaha mikro dan usaha kecil, yang pada akhirnya berguna untuk usaha mikro dan kecil itu sendiri agar mampu bertahan dan meningkatkan produktivitasnya di era digitalisasi ini.

Kata kunci: *usaha mikro dan usaha kecil, tantangan dan hambatan, digitalisasi*

Klasifikasi JEL: P3

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the challenges and obstacles to the implementation of digitalization by MSMEs, especially micro and small businesses in Indonesia. This study uses a qualitative descriptive analysis technique, where researchers collect secondary information and data from various sources and research results from previous journals related to the digitization of MSMEs. From the results of the study, information was obtained that the challenges and obstacles of micro and small businesses in implementing digitalization again were human resources who had low knowledge of digitalization, low skills, experience, and low interest of micro and small business actors to want to learn information technology. and communication, besides the lack of access to supporting facilities and infrastructure is also an obstacle to the implementation of digitalization. Based on this, the authors suggest that the government through the cooperative and MSME services be more aggressive to optimize the distribution of digitalization, especially for the micro and small business sector, which is ultimately useful for micro and small businesses themselves to be able to survive and increase their productivity. in this digital era.

keyword: *micro and small businesses, challenges and obstacles, digitalization*
Klasifikasi JEL: P3

PENDAHULUAN

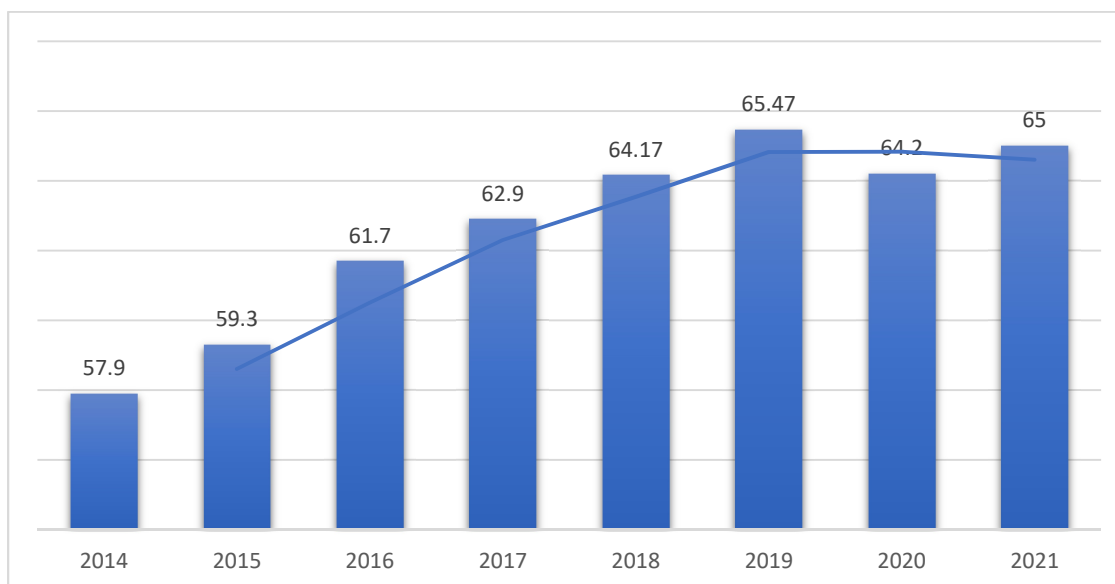
Fokus pembangunan saat ini merujuk pada *the 2030 Agenda for Sustainable Development Goals* atau SDGs, yaitu kesepakatan untuk pembangunan baru untuk mendorong perubahan-perubahan yang bergeser kearah pembangunan berkelanjutan yang berdasarkan hak asasi manusia dan kesetaraan untuk mendorong pembangunan sosial, ekonomi, dan lingkungan hidup. Hal ini berarti bahwa tujuan pembangunan ekonomi yang sebelum-sebelumnya lebih berfokus pada pencapaian pertumbuhan ekonomi setinggi-tingginya, kini berubah menjadi lebih fokus kepada pembangunan ekonomi berkelanjutan dan pemerataan pembangunan ekonomi. Pembangunan berkelanjutan memiliki empat pilar dalam rangka mencapai tujuannya, salah satunya adalah pilar pembangunan ekonomi yang tujuannya adalah tercapainya pertumbuhan ekonomi yang berkualitas melalui keberlanjutan peluang kerja dan usaha, inovasi, industry inklusif, infrastruktur memadai energi bersih yang terjangkau dan didukung kemitraan. Tujuh belas tujuan SDGs antara lain 1) tanpa kemiskinan; 2) tanpa kelaparan; 3) kehidupan sehat dan sejahtera; 4) Pendidikan berkualitas; 5) kesetaraan gender; 6) air bersih dan sanitasi layak; 7) energi bersih dan terjangkau; 8) pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi; 9) industry inovasi dan infrastruktur; 10) berkurangnya kesenjangan; 11) kota dan pemukiman yang berkelanjutan; 12) konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab; 13) penanganan perubahan iklim; 14) ekosistem lautan; 15) Ekosistem daratan; 16) perdamaian, keadilan dan kelembagaan yang tangguh; 17) kemitraan untuk mencapai tujuan (<https://sdgs.bappenas.go.id/>).

Dalam rangka mencapai pembangunan berkelanjutan, harus disadari bahwa sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mengambil peranan cukup besar. Usaha mikro kecil dan menengah merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar yang menyokong aktivitas perekonomian Indonesia (Lestari & Suman, 2017). Berdasarkan data Bappenas Per Desember 2020, menyatakan bahwa kontribusi sektor UMKM terhadap PDB adalah sebesar 61%, dengan penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM adalah sebesar 97%, kontribusi UMKM terhadap ekspor adalah sebesar 14,7%, dimana 52% UMKM termasuk kategori informal dan tercatat

64.18 juta unit UMKM dimana sekitar 98,68% adalah usaha mikro yang *self employed* (Bappenas, 2020). Dengan demikian UMKM ibarat mesin perekonomian Indonesia yang sangat berkontribusi terutama dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mengurangi kemiskinan, penyediaan lapangan kerja, penciptaan industri inovasi, dan pemerataan pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Selain itu juga, Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan sektor usaha yang telah terbukti tangguh dalam menghadapi berbagai krisis ekonomi yang melanda Indonesia, bahkan menghadapi krisis baru-baru ini yang disebabkan oleh adanya Pandemi Covid 19 yang menurunkan aktivitas perekonomian di seluruh dunia demikian pula Indonesia. Di tengah-tengah hantaman krisis yang melanda dan menyebabkan banyak perusahaan besar terkena dampaknya, justru UMKM tetap eksis bahkan pertumbuhannya terus meningkat. Keberadaan UMKM di Indonesia menjaga perekonomian Indonesia menjadi tetap stabil meskipun mengalami penurunan, karena UMKM cenderung fleksibel dan mampu bertahan dalam menghadapi dinamika ekonomi, Hal ini ditunjukkan dengan jumlah UMKM yang terus mengalami pertumbuhan, meskipun terpaan krisis meluluh lantakkan perekonomian Indonesia, bahkan dunia.

Gambar 1. Jumlah UMKM di Indonesia tahun 2014-2019 (Dalam Juta Unit)



Sumber : Kementerian Koperas dan UMKM, 2020

Gambar di atas menunjukkan bahwa selama tahun 2014-2021 trend jumlah UMKM terus mengalami peningkatan, dimana jumlah tertinggi pada tahun 2019 yaitu mencapai 65,47 juta unit UMKM di Indonesia, kemudian pada tahun 2020 jumlahnya mengalami penurunan, meskipun demikian penurunannya tidak begitu signifikan yang mungkin pada saat itu disebabkan terkena imbas dampak pandemic covid 19, namun kondisi tersebut tidak berlarut-larut, pada tahun 2021 jumlah UMKM kembali mengalami peningkatan mencapai 65 juta unit UMKM lagi.

Pandemi Covid 19 yang mulai masuk ke Indonesia pada Bulan Maret Tahun 2020 dan Revolusi industry 4.0 telah memaksa manusia melakukan transformasi di segala bidang kehidupan, termasuk di bidang ekonomi untuk dapat bertahan dan melanjutkan eksistensinya. Era digital yang tengah berkembang saat ini, bahkan terasa semakin kuat semenjak adanya Pandemi Covid 19 membuat pelaku usaha termasuk UMKM harus mengadaptasi kebiasaan baru, terutama dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Dengan adanya era digital mendorong UMKM untuk menciptakan model bisnis baru, melakukan integrasi antar sektor bisnis, serta melakukan perubahan model bisnisnya (Kumala, 2022).

Transformasi ekonomi digital dipercaya mampu berperan terhadap pemulihan ekonomi dan peningkatan ekonomi setelah Pandemi Covid 19 melanda. Ekonomi digital yang terwujud secara keseluruhan diyakini dapat menciptakan pembangunan ekonomi yang stabil dan berbasis masyarakat sebagai pelaku usaha. Jumlah wirausaha akan meningkat dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru yang akan menyerap banyak tenaga kerja. Dengan demikian, pemanfaat teknologi oleh UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing ekonomi Indonesia.

Era digital pada bidang ekonomi sebenarnya sudah dimulai sejak tahun 1980-an dimana penggunaan personal computer (PC) dan internet untuk efisiensi bisnis yang merupakan awal dari perkembangan perdagangan elektronik atau dikenal dengan *e-commerce*. Seiring dengan perkembangan teknologi, mucullah era *new digital economy* yang ditandai dengan adanya *mobile technology* dan akses internet yang tidak terbatas. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah Indonesia dalam menciptakan kebijakan yang dapat mendorong sektor UMKM

terutama sektor usaha mikro dan kecil untuk dapat mengadaptasi digitalisasi dalam rangka mendorong pertumbuhan bisnisnya.

Mendorong potensi UMKM melalui digitalisasi merupakan suatu peluang untuk menciptakan perekonomian rakyat berbasis digital yang kuat dan dapat menciptakan keuntungan sosial ekonomi untuk masyarakat dan komunitas. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi besar untuk perkembangan ekonomi digital. Google dalam hasil penelitiannya tahun 2018, menemukan bahwa potensi jumlah pengguna internet di Indonesia menjadi salah satu 3801ecade pendukung perkembangan internet di Indonesia. Mc Kinsey & Company (2018) dalam (Kumala, 2022) menyebutkan bahwa fakta-fakta lain yang mendukung perkembangan ekonomi berbasis digital di Indonesia, antara lain pertama Indonesia diperkirakan memiliki pangsa pasar yang besar untuk perdagangan online, yaitu sebesar 5 miliar untuk perdagangan online formal, dan 3 miliar untuk perdagangan online informal. Kedua, dengan populasi Indonesia mencapai lebih dari 270 juta jiwa, diperkirakan memiliki lebih dari 30 juta pembeli online pada tahun 2017. Ketiga, diperkirakan ekonomi digital Indonesia pada tahun 2025 akan menciptakan 3,7 juta pekerja tambahan. Keempat, ekonomi digital diprediksikan dapat menghasilkan pertumbuhan pendapatan hingga 80% lebih tinggi untuk usaha kecil dan menengah (UKM). Kelima, ekonomi berbasis digital memberikan tambahan 2% per tahun dalam pertumbuhan PDB dengan meningkatkan tingkat penetrasi *broadband* dan penggunaan teknologi digital oleh UKM.

Berdasarkan data World Bank menunjukkan bahwa penetrasi digital selama satu 3801ecade terakhir mengalami peningkatan. Hampir setengah dari total populasi dunia yaitu 53% dari lebih 270 populasi menggunakan internet pada tahun 2020. Pengguna internet meningkat 10% dari sepuluh tahun yang lalu. Di Indonesia, pengguna internet telah mencapai lebih dari 200 juta atau sekitar 75% dari populasi. Dari data pengguna internet di Indonesia menunjukkan 29, 50% akses internet dengan tujuan pembelian barang dan jasa, dan hanya 4,99% akses internet yang digunakan dengan tujuan untuk penjualan barang dan jasa atau dengan kata lain penggunaan akses internet untuk kegiatan ekonomi masih berada di bawah 40% (Badan Pusat Statistik (BPS), 2021). Hasil survey Kuantitatif (F2F) Survei Pemberdayaan

UMKM, Kompas Data menunjukkan bahwa hanya 20% dari total UMKM yang memiliki pemahaman digital baik, yang ditunjukkan dengan kesadaran pentingnya penggunaan *e-commerce* dalam menunjang produktivitas usahanya (BCG & Blibli, 2022).

Berdasarkan pernyataan Kementrian Koperasi dan UMKM menyebutkan bahwa dari 65 juta UMKM yang ada, baru sebanyak 17,25 juta atau sekitar 26,5% UMKM yang terhubung dalam ekosistem digital. Hal ini tentu perlu ditingkatkan seiring dengan perkembangan penerimaan dan pilihan masyarakat untuk berbelanja secara online. Dengan demikian, diharapkan UMKM dapat meningkatkan produktivitasnya yang berujung pada peningkatan penjualan dan penciptaan lapangan kerja yang semakin luas untuk masyarakat. Selain itu, paersaingan yang semakin tinggi pada era globalisasi ini memaksa UMKM melakukan pengembangan untuk melakukan nilai jual agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang membanjiri pasar industry di Indonesia.

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam rangka digitalisasi belum berjalan dengan maksimal atau masih sulit diterapkan pada seluruh sektor UMKM terutama pada usaha mikro dan usaha kecil. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Infithor, 2019) yang menemukan bahwa adopsi inovasi melalui pemanfaatan teknologi oleh pelaku UMKM di Kampung Sepatu masih sulit dilakukan karena pelaku usaha UMKM tersebut terhambat oleh sejumlah aspek dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), seperti kemampuan dalam mengadakan TIK (biaya), pengetahuan dan pengalaman dalam menggunakan TIK, dan rendahnya skill dalam penguasaan TIK.

Head of Corporate Google Indonesia, Jason Tedjasukmana memaparkan data tingkat partisipasi UMKM dalam bisnis digital. Data tersebut menunjukkan sebesar 36% UMKM di Indonesia masih offline. Dari 64% yang telah terhubung aksesibilitas internet, 37% diantaranya memiliki kemampuan online mendasar (basic), 18% berkemampuan menengah, dan baru 9% diantaranya yang memiliki kemampuan bisnis online lanjutan. Disamping itu berdasarkan data Kementriam Koperasi dan UMKM, terdapat 55 hingga 56 juta UMKM yang ada di Indonesia. Namun baru sekitar 75 ribu hingga 100 ribu diantaranya yang memiliki website atau sekitar

kurang dari 1%. Berdasarkan hasil riset tersebut, UMKM yang menggunakan teknologi digital bisa menaikkan pendapatan hingga 80%, 17 kali lebih mungkin menjadi inovatif, berpeluang menjadi lebih kompetitif di dunia internasional, dan 1,5 kali lebih mungkin meningkatkan kesempatan kerja (Lestari & Suman, 2017).

Berdasarkan hal tersebut, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait penerapan digitalisasi pada sektor UMKM terutama usaha mikro dan usaha kecil, mengingat komposisi sektor mikro dan usaha kecil yang begitu besar dan juga begitu pentingnya peranan dan kontribusi usaha mikro dan usaha kecil terhadap perekonomian rakyat. Usaha mikro dan usaha kecil sampai saat ini masih mengalami kesulitan mengadopsi digitalisasi, padahal digitalisasi pada era revolusi industry 4.0 ini sudah menjadi hal utama yang mempengaruhi kegiatan masyarakat. Dengan demikian, penulis mencoba untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Penelitian dilakukan secara deskriptif atau kualitatif dengan mengkaji literatur atau jurnal hasil penelitian terkait UMKM sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan jawaban dari permasalahan sebagai berikut, pertama, apa sajakah tantangan dan hambatan usaha mikro dan usaha kecil dalam menerapkan digitalisasi ? Kedua, apa sajakah langkah yang harus dilakukan pemerintah untuk mendorong peningkatan penerapan digitalisasi oleh usaha mikro dan usaha kecil di Indonesia ? Dari hasil penelitian ini diharapkan menemukan rujukan solusi untuk meningkatkan penerapan digitalisasi oleh pelaku usaha mikro dan usaha kecil di Indonesia, sehingga penerapan digitalisasi dapat lebih meluas terutama pada sektor-sektor usaha mikro dan usaha kecil dan dampak digitalisasi bisa dirasakan sampai masyarakat kecil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan Penerapan Digitalisasi Oleh Usaha Mikro dan Usaha Kecil di Indonesia

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, usaha mikro adalah produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, dimana kriteria usaha mikro adalah memiliki asset maksimal Rp 50 juta dan omset maksimal

Rp 300 juta. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini, dimana kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki asset lebih dari Rp 50 juta sampai dengan Rp 500 juta dan omset lebih dari Rp 300 juta sampai Rp 2,5 Miliar. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, dimana kriteria usaha menengah adalah usaha yang memiliki asset lebih dari Rp 500 juta sampai 10 Miliar dan omset lebih dari 2,5 miliar sampai Rp 10 miliar.

Adanya transformasi digital dalam bidang ekonomi atau yang lebih dikenal dengan digital ekonomi, memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Berdasarkan proyeksi yang dilakukan oleh Google, Temasek, dan Bain Company, pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia dalam beberapa tahun ke depan akan lebih ditopang oleh e-commerce. Ekonomi digital Indonesia bernilai sekitar US\$77 miliar pada 2022 dan dapat menyentuh angka US\$130 miliar pada 2025, dengan e-commerce sebagai pendorong utama, serta nilai ekonomi digital negara-negara Asia Tenggara berdasarkan gross merchandise value (GMV), yakni nilai penjualan kotor barang dan jasa dalam periode tertentu. Untuk Indonesia, GMV terbesar tahun 2022 berasal dari sektor e-commerce, yakni US\$59 miliar. Kemudian sektor ekonomi digital lainnya, yaitu jasa transportasi dan pesan-antar makanan, pemesanan tiket perjalanan, dan media online, masing-masingnya memiliki GMV di bawah US\$10 miliar (*E-Conomy Sea 2022 Report, Through the Waves, towards a Sea of Opportunity, 2022*). Hal tersebut berarti bahwa keterampilan penggunaan *platform-platform* digital tidak dapat lagi dihindarkan, baik oleh konsumen maupun pengusaha UMKM agar tetap dapat eksis dan dapat bersaing. Usaha mikro kecil dan menengah harus dapat merespon dinamika permintaan yang terjadi di masyarakat.

Selain memberi dampak positif bagi pertumbuhan produk domestik bruto ke depannya, ekonomi digital juga membawa tantangan terutama bagi para pengusaha UMKM, khususnya pengusaha mikro dan pengusaha kecil yang saat ini masih belum banyak memanfaatkan digitalisasi dalam aktivitas perdagangan mereka. Menurut (Sari et al., 2020), tantangan usaha kecil dalam era digital antara lain, pertama transformasi digital yang semakin maju dan canggih membawa ketakutan tersendiri bagi pelaku usaha kecil karena memaksa mereka harus mengubah cara-cara lama yang akan menimbulkan kekhawatiran apabila transformasi yang dilakukan tidak sesuai dengan yang diharapkan atau justru gagal. Kedua, layaknya teknologi yang menuntut masyarakat untuk adaptif, masyarakat/konsumen saat ini pun menuntut produk dan layanan yang serba cepat dan praktis. Jika bisnis tidak memiliki hal tersebut, secara perlahan akan ditinggalkan oleh konsumennya. Ketiga, jika teknologi sudah diadopsi dalam bisnis, pekerjaan rumah selanjutnya adalah membuat sumber daya manusia yang dipekerjakan adaptif terhadap teknologi tersebut. Sebuah bisnis yang ingin berjalan secara profesional membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan mencukupi. Tantangan utama yang dihadapi oleh usaha mikro dan usaha kecil terkait kualitas sumber daya manusia (SDM) adalah rendahnya pendidikan, keterampilan, dan pengalaman serta akses informasi (Saribu, 2017). Keempat, masyarakat yang senantiasa berubah/dinamis baik dari segi selera maupun kebutuhan, menyebabkan para pelaku usaha untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan /menyediakan produk dan jasa, serta mampu berpikir out of the box dalam menciptakan sesuatu yang tidak biasa/unik. Kelima, persaingan yang semakin tinggi karena kemajuan teknologi mendorong kerja sama antar pelaku bisnis bahkan melalui dunia maya, yang artinya pelaku bisnis dapat menjalin kerja sama dengan belahan dunia mana saja dan memperoleh competitor dari berbagai bisnis lain dari berbagai belahan dunia mana saja.

Selain hal tersebut di atas, (Widagdo, 2021) dalam penelitiannya mengenai upaya digitalisasi dalam rangka pemberdayaan UMKM oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang menemukan bahwa factor penghambat dalam pelaksanaan upaya digitalisasi adalah rendahnya minat dan kesadaran para pelaku usaha mikro dalam mengikuti perkembangan zaman terutama pelaku usaha mikro yang terdiri dari kaum ibu-rumah tangga dan lansia, kurangnya pengetahuan sumber daya manusia dalam hal ini meliputi kurangnya pengetahuan

manfaat digitalisasi terhadap produktivitas usahanya, kurangnya pengetahuan menggunakan smart phone dalam aktivitas ekonomi sehari-hari, serta keterbatasan modal yang dalam hal ini terkait dengan keterbatasan sarana dan prasarana yang dimiliki kurang, misalnya tidak semua pelaku usaha mikro dan kecil memiliki *smart phone* atau komputer dan tidak semua bisa memiliki akses internet yang baik, sehingga menyebabkan mereka kesulitan berpartisipasi dalam ekosistem digital.

Penelitian mengenai adaptasi teknologi juga dilakukan oleh Saifullah (2015) dalam (Infithor, 2019) menemukan bahwa penggunaan teknologi informasi oleh sektor UMKM masih belum optimal dan sulit dilakukan. Hal ini dikarenakan sebagian besar pelaku UMKM memiliki Pendidikan yang rendah, selain itu tidak adanya Pendidikan terkait teknologi informasi dan komunikasi selama berada di bangku sekolah, bahkan untuk mengadaptasi teknologi dan informasi ke dalam usaha mereka tidak memungkinkan karena kemampuan, modal, dan skill terhadap teknologi informasi dan komunikasi untuk usaha relative rendah. Faktor usia ditemukan sebagai penyebab utama pelaku UMKM enggan untuk belajar kembali. Sehingga melakukan pemanfaatan teknologi dan komunikasi khususnya dalam usaha mereka sangat sulit dilakukan.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diketahui bahwa ekonomi digital atau penggunaan teknologi komunikasi dan informasi memberi dampak positif terhadap produktivitas UMKM, namun di satu sisi lain penerapannya masih mengalami kesulitan terutama pada sektor usaha mikro dan usaha kecil, terdapat berbagai tantangan dan hambatan dalam penerapan digitalisasi pada usaha mikro dan usaha kecil yang harus dicarikan solusinya, sehingga adaptasi digital dapat dilakukan secara menyeluruh oleh sektor UMKM yang berdampak pada peningkatan produktivitas usaha, penyerapan tenaga kerja, dan pemetaan kesejahteraan ekonomi.

Strategi Medorong Penerapan Digitalisasi Oleh Pelaku Usaha Mikro dan Pelaku Usaha Kecil di Indonesia

Menurut hasil penelitian (Putra & Sudibia, 2018) , sektor informal adalah salah satu sektor yang memiliki peran penting, hal tersebut dapat dilihat dari kontribusi sektor informal terhadap pendapatan nasional. Yang mana, sektor informal terdiri dari usaha mikro kecil dan menengah yang telah berhasil menunjukkan eksistensinya pada perekonomian Indonesia dalam situasi apapun mampu tetap bertahan, bahkan dalam kondisi ekonomi terpuruk sekalipun masih dapat mengalami pertumbuhan dan menyerap tenaga kerja.

Peran penting UMKM tersebut sejalan dengan pentingnya adaptasi UMKM terhadap penggunaan teknologi dan informasi dalam menciptakan keberlangsungan UMKM tersebut. Pada era revolusi industry 4.0 ini, UMKM diuntut untuk bisa menerapkan digitalisasi dalam aktivitasnya sehari-hari guna meningkatkan produktivitasnya, baik teknologi dalam hal produksi, distribusi, pemasaran, hingga system pembayaran (Ketut Shanti Cintya Devi, 2022). Berdasarkan tantangan dan hambatan yang telah diuraikan sebelumnya, berikut adalah rekomendasi saran yang bisa digunakan dalam meningkatkan penerapan digitalisasi oleh UMKM khususnya usaha mikro dan usaha kecil, sehingga digitalisasi dapat dilakukan secara menyeluruh dan dirasakan dampaknya secara merata oleh semua lapisan masyarakat.

Pertama, untuk meningkatkan penerapan digitalisasi pada usaha mikro dan usaha kecil, hal mendasar yang harus dilakukan pemerintah adalah pemerintah harus dapat menciptakan kebijakan / regulasi yang dapat mendorong adopsi ekonomi digital, misalnya pembiayaan bagi usaha rintisan, keringanan pajak, serta meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya penggunaan teknologi dan informasi atau pentingnya digitalisasi bagi perkembangan dan produktivitas usaha itu sendiri. Kedua, pemerintah dalam hal ini Dinas Koperasi dan UMKM bisa bekerja sama Lembaga-lembaga kearifan lokal, ataupun perguruan tinggi untuk meningkatkan pengetahuan teknologi informasi dan komunikasi dengan melakukan pelatihan-pelatihan mengenai cara penggunaan platform-platform digital, media social, hingga penggunaan teknologi pada kegiatan transaksi keuangan digital untuk meningkatkan produktivitas usaha mereka, khususnya usaha mikro dan usaha kecil . Ketiga, pemerintah melalui dinas koperasi dan UMKM dapat melakukan Kerjasama dengan pihak-pihak yang telah memahami dunia digital, sehingga pelaku usaha kecil dan usaha mikro mampu dengan mudah memahami workshop

yang diberikan karena langsung belajar dengan praktisi dan mentor-mentor berpengalaman. Kelima, pemerintah melalui dinas koperasi dan UMKM atau perguruan tinggi melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat bisa menjembatani kerja sama antara pelaku usaha mikro dan usaha kecil untuk berkolaborasi bersama Bank Perkreditan Rakyat setempat atau BRI dalam pembuatan rekening, menjadi agen BRILink atau pembuatan Qris, agar bisa menyeimbangkan kecepatan perubahan yang terjadi di masyarakat. Hal ini juga salah satu merupakan cara pemerintah dalam menuntun masyarakat membangun ekosistem digital untuk membiasakan pelaku-pelaku usaha mikro dan usaha kecil berkomunikasi dan menjalankan kegiatan bisnisnya secara digital, diharapkan hal ini akan memberi dampak terutama terhadap pelaku usaha kaum perempuan dan lansia. Keenam, mendukung pelaksanaan digitalisasi dengan menyediakan sarana dan prasarana terkait pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi, misalnya memperluas jaringan internet hingga daerah 3T (terdepan, terluar, terpencil) dan mendukung pemberdayaan UMKM misalnya dengan menyediakan platform pengaduan dan pembinaan online kepada UMKM.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021*.
- Bappenas. (2020). *Kajian Kebijakan Penanggulangan Dampak COVID-19 terhadap UMKM: Survey Kebutuhan Pemulihan Usaha bagi UMKM Indonesia*. 1–59.
- BCG, & Blibli. (2022). *Unlocking Inclusive Growth Through Digitalization of Indonesian MSMEs. March*.
- E-conomy sea 2022 report, Through the waves, towards a sea of opportunity*. (2022). https://services.google.com/fh/files/misc/e_economy_sea_2022_report.pdf
- Infithor, M. F. (2019). Analisis Adaptasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB UB*, 7(2), 16. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6039>
- Ketut Shanti Cintya Devi, I. B. P. P. (2022). *Influence Of Financial Technology (E-Wallet) On MSMEs' Turnover In Denpasar*. 15(2).
- Kumala, S. L. (2022). Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia. *Journal of Economics and Regional Science*, 1(2), 109–117. <https://doi.org/10.52421/jurnal-esensi.v1i2.190>

Lestari, V. D., & Suman, A. (2017). Analisis Pengaruh Electronic Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil. *Jimfeb Undip*, 1(1), 4–19.

Putra, I. made sedana, & Sudibia, I. K. (2018). Pengaruh faktor sosial, ekonomi dan demografi terhadap pendapatan usaha sektor informal di desa darmasaba. *Piramida Jurnal Kependudukan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*, XIV(1), 49–58.

Sari, R., Sayadi, M. H., & Hildayanti, S. K. (2020). Pelatihan dalam Menghadapi Tantangan Usaha Kecil di Era Digital pada Pelaku Usaha Kecil di Kenten Palembang. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(2), 87–92.

Saribu, D. S. (2017). *Tantangan dan Solusi Bisnis UMKM di Era New Normal*. 207–217.

Widagdo, D. D. P. (2021). *Dalam Rangka Pemberdayaan Usaha Mikro Di Kota Semarang*.