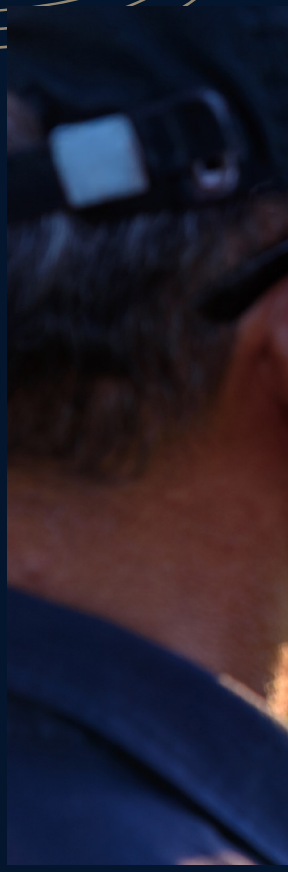


BAB VI

TRANSFORMASI UMKM UNTUK PERTUMBUHAN EKONOMI YANG INKLUSIF

Berbagai kebijakan terus diperkuat untuk pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memiliki peran strategis terhadap perekonomian melalui pilar korporatisasi, kapasitas, dan pembiayaan sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi yang kuat dan inklusif. Upaya melakukan transformasi UMKM ditempuh melalui pemanfaatan digitalisasi untuk meningkatkan daya tahan yang lebih tinggi dan kapasitas yang lebih produktif dan inovatif. Kebijakan pengembangan UMKM juga didukung sinergi yang terus diperkuat antara Bank Indonesia dengan Pemerintah, lembaga keuangan, dan para penggiat usaha.

Transformasi UMKM menjadi penting untuk mendukung stabilitas dan pertumbuhan ekonomi yang kuat dan inklusif. UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian domestik, tercermin pada jumlah unit usaha yang banyak, penyerapan tenaga kerja yang tinggi, dan kontribusi yang besar terhadap PDB. UMKM juga memiliki ketahanan yang tinggi dalam menghadapi berbagai krisis sebelumnya, meskipun krisis Covid-19 saat ini memberikan tekanan yang luar biasa besar. Ketahanan UMKM yang tinggi tersebut selama ini berperan sebagai bantalan perekonomian karena kemampuannya untuk bertahan pada periode tekanan dan dapat tumbuh kembali lebih cepat dan tinggi pascatekanan. Dengan peran strategis tersebut, UMKM tentunya berperan penting dalam mendukung bauran kebijakan Bank Indonesia guna menjaga stabilitas makroekonomi dan sektor keuangan, sekaligus upaya nasional untuk mendukung transformasi ekonomi menuju Indonesia Maju. Berbagai upaya penguatan UMKM terus dilakukan secara *end-to-end*, termasuk oleh Bank Indonesia. Pascapandemi Covid-19, transformasi UMKM perlu terus diperkuat melalui optimalisasi penggunaan teknologi digital sehingga dapat menarik manfaat dari salah satu pelajaran utama krisis kesehatan, yaitu penggunaan teknologi digital untuk kegiatan sehari-hari.

Pengembangan *end-to-end* UMKM dilakukan melalui pilar kebijakan korporatisasi, peningkatan kapasitas, dan pembiayaan, guna mewujudkan UMKM yang produktif, inovatif, dan adaptif. Penguatan korporatisasi dilakukan pada aspek kelembagaan UMKM untuk mendorong terciptanya ekosistem usaha yang terintegrasi dan mendorong peningkatan skala ekonomi usaha. Sementara itu, peningkatan kapasitas difokuskan untuk meningkatkan produktivitas melalui inovasi dan digitalisasi proses bisnis sehingga mendorong perbaikan daya saing UMKM. Peningkatan kapasitas itu dilaksanakan secara terintegrasi yang mencakup penguatan manajemen usaha, kualitas produk, akses pasar, kapasitas keuangan, dan kapasitas SDM, termasuk penguasaan teknologi digital. Adaptasi pada perkembangan teknologi digital tersebut menjadi salah satu kunci UMKM untuk naik kelas menjadi lebih kuat dan maju. Pada aspek pembiayaan, perluasan akses terus didorong untuk kemudahan ekspansi usaha dengan pembiayaan UMKM yang lebih sehat. Pengembangan UMKM mengacu pada peta jalan UMKM naik kelas yang produktif, inovatif dan adaptif dengan 4 tahapan, yakni kegiatan produksi dan kelembagaan, perluasan pangsa pasar, digitalisasi dan pembiayaan, dan akses pasar ekspor.

"Transformasi berbasis digital akan mendukung akselerasi pengembangan UMKM"

Tranformasi berbasis digital akan mendukung akselerasi pengembangan UMKM. Perkembangan ekonomi dan keuangan digital yang pesat telah menumbuhkan berbagai *platform* digital yang menawarkan inovasi dalam kegiatan produksi, konsumsi, kolaborasi, dan berbagi. Digitalisasi tersebut memberikan peluang kepada UMKM untuk beradaptasi dan bertransformasi untuk bisa bertahan dan bangkit serta tumbuh lebih tinggi, disertai dengan peningkatan korporatisasi, kapasitas, dan pembiayaan. Salah satu pelajaran penting dalam pandemi Covid-19 adalah terjadinya akselerasi penggunaan digital dalam memenuhi kebutuhan konsumsi, kegiatan produksi, maupun transaksi investasi. Dengan demikian, pemanfaatan *platform* digital dapat mendorong UMKM yang lebih kuat melalui peningkatan kapasitas yang lebih produktif dan inovatif serta memfasilitasi perluasan akses UMKM baik pada *marketplace,* industri, dan lembaga keuangan.

Perluasan akses UMKM terhadap digitalisasi proses produksi dan layanan, inovasi produksi, dan layanan pembiayaan akan mendorong UMKM lebih maju dengan fasilitasi dan kemudahan untuk ekspansi usaha, sekaligus mampu berdaya saing di era kenormalan baru pascapandemi Covid-19.

Upaya pengembangan UMKM telah menunjukkan progres signifikan. Pengembangan korporatisasi UMKM telah dilakukan di banyak daerah dan menghasilkan model bisnis klaster terbaik yang dapat direplikasikan, seperti klaster cabai di Sleman dan klaster hortikultura di Malang. Optimalisasi pemanfaatan digitalisasi dalam penguatan kapasitas UMKM juga mulai diterapkan untuk meningkatkan inovasi dan kualitas produk serta layanan, manajemen usaha, kapasitas SDM, pengelolaan keuangan, serta akses pasar. Digitalisasi proses bisnis usaha sektor pertanian diterapkan mulai dari sisi *on farm* hingga sisi *off farm*. Pemanfaatan teknologi berbasis *Internet of Things* (IoT) diterapkan di sisi produksi maupun pemasaran pada sejumlah klaster pertanian di wilayah Jawa, Sumatera, Kalimantan, dan Nusa Tenggara, yang didukung *platform* pertanian digital. Upaya perluasan akses pembiayaan UMKM juga terus didorong melalui pemberian bantuan teknis, termasuk memfasilitasi temu bisnis antara bank dengan UMKM, serta pengembangan model bisnis akses pembiayaan UMKM sebagaimana dilakukan di klaster sapi potong di Kabupaten Tuban. Berbagai upaya pengembangan UMKM tersebut dilakukan melalui sinergi yang terus diperkuat antara Bank Indonesia dengan Pemerintah, serta pihak terkait.

" Upaya pengembangan UMKM telah menunjukkan progres signifikan"

Ke depan, optimalisasi peran UMKM sebagai tulang punggung ekonomi akan terus diarahkan pada upaya peningkatan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi yang inklusif, melalui adaptasi perubahan digital. Kebijakan pengembangan *end-to-end* UMKM terus dilakukan melalui tiga pilar kebijakan korporatisasi, kapasitas, dan pembiayaan serta didukung sinergi Bank Indonesia dengan Pemerintah, lembaga keuangan, dan para penggiat usaha. Pengembangan UMKM diharapkan dapat mendukung pemulihan ekonomi nasional dalam jangka pendek dan menjaga ketahanan perekonomian nasional pada jangka menengah. Untuk memastikan pencapaian tujuan tersebut, prioritas penguatan UMKM diarahkan untuk mendukung potensi ekspor dan pengembangan pariwisata, serta memperkuat pasokan dan distribusi komoditas pangan strategis. Langkah prioritisasi tersebut dilakukan melalui sinergi kebijakan dan program yang harmonis bersama Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah, sehingga menghasilkan UMKM unggulan di tingkat nasional dan daerah.

6.1.

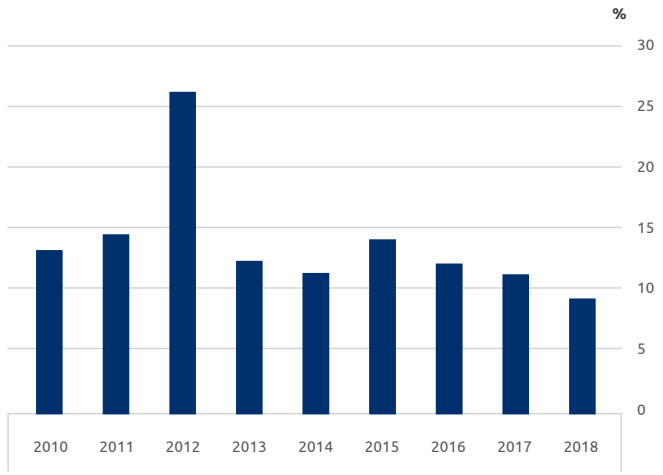
UMKM Kunci Mendorong Pertumbuhan Ekonomi

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian dan berpotensi untuk terus ditingkatkan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Unit usaha UMKM pada 2018 mencapai 99,99% dari total unit usaha dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 97,0% dari total tenaga kerja. UMKM juga berperan besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, tercermin dari pangsa terhadap pembentukan PDB yang mencapai 61,1%. Pertumbuhan PDB UMKM mencapai 9,6% pada 2018, melambat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (Grafik 6.1). Produktivitas tenaga kerja UMKM juga memiliki tren yang semakin meningkat, meskipun lebih rendah dibandingkan dengan produktivitas tenaga kerja usaha besar (Grafik 6.2). Di sisi ekspor, pada tahun 2018 pangsa UMKM tercatat sebesar 14,4% dari total ekspor. Data statistik tersebut menunjukkan UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional dan berpotensi untuk lebih dikembangkan lebih lanjut, baik dalam meningkatkan pangsanya dalam perekonomian maupun dalam ekspor. Peluang peningkatan pangsa UMKM masih terbuka bila pengembangan *end-to-end* dapat dilakukan secara berkelanjutan.

UMKM memiliki ketahanan ekonomi yang tinggi sehingga mendukung stabilitas perekonomian. UMKM merupakan unit usaha yang relatif kecil, namun memiliki keunggulan sebagai unit usaha yang berdaya tahan tinggi dan fleksibel terhadap perubahan lingkungan strategis. Hal ini tidak terlepas dari karakteristik produk UMKM yang dekat dengan kebutuhan masyarakat, bahan baku dan sumber daya dari domestik, dan eksposure risiko yang minimal pada pasar keuangan. UMKM juga menunjukkan fleksibilitas dalam model bisnisnya, seperti adopsi teknologi digital, yang tercermin dari tren digitalisasi pada UMKM. Karakteristik tersebut menjadikan UMKM dapat menjadi bantalan di periode perlambatan ekonomi terutama dalam mendorong kinerja sektor yang berkontribusi besar dalam perekonomian, dan menyerap banyak tambahan tenaga kerja informal yang terdampak perlambatan ekonomi. Pada periode *Global Financial Crisis* (GFC) 2009, pertumbuhan PDB UMKM tercatat tetap tinggi yakni sebesar 13,6% (yoy), meski melambat dibandingkan dengan pertumbuhan pada 2008 sebesar 24,0% (yoy).[40] Sementara itu, pengalaman pada periode pandemi Covid-19 menunjukkan UMKM yang terdampak signifikan akibat penurunan permintaan, masih menunjukkan ketahanannya dan berpotensi bangkit dan tumbuh lebih tinggi pascapandemi Covid-19.

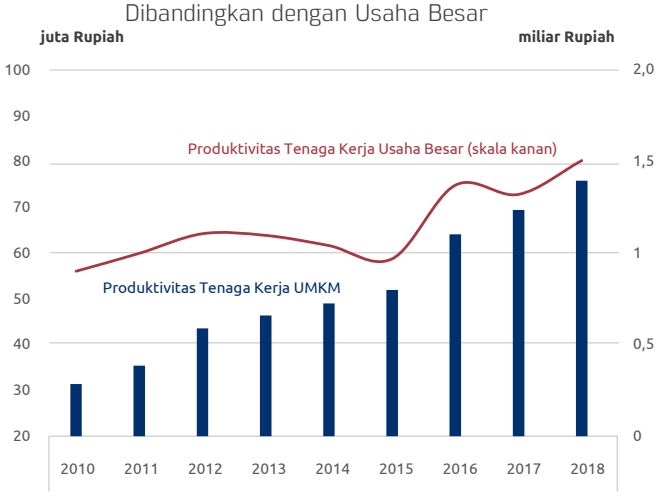
40 Pasca-GFC, pertumbuhan PDB UMKM tetap tinggi, bahkan menunjukkan peningkatan kinerja pada 2011 dan 2012

Grafik 6.1. Pertumbuhan PDB UMKM



Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM dan BPS, diolah

Grafik 6.2. Perkembangan Produktivitas Tenaga Kerja UMKM Dibandingkan dengan Usaha Besar



Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, diolah

Peran UMKM yang strategis terus diperkuat secara *end-to-end* selaras dengan peta jalan pengembangan UMKM. Fokus pengembangan *end-to-end* UMKM ditujukan pada aspek penguatan kelembagaan dan peningkatan skala usaha, peningkatan produktivitas antara lain melalui inovasi, dan perluasan akses UMKM baik pasar, industri, dan lembaga keuangan. Sementara itu, peta jalan pengembangan UMKM ditujukan untuk mendorong pembentukan UMKM Digital dan UMKM Ekspor, dengan penguatan diarahkan pada sektor prioritas yang mendukung potensi ekspor dan pengembangan pariwisata, serta memperkuat pasokan dan distribusi komoditas pangan strategis. Proses digitalisasi dalam setiap langkah pengembangan UMKM akan membuka peluang penguatan mata rantai aktivitas UMKM, dimulai dari produksi, pengolahan hasil, pemasaran, dan pembiayaan, untuk menghasilkan model bisnis baru berbasis digital yang lebih efisien dan berdaya saing. Sebagai hasil dari langkah penguatan akan dilahirkan UMKM yang terus naik kelas dan mempunyai nilai tambah yang lebih tinggi baik kepada perekonomian domestik maupun dalam meningkatkan ekspor.

Penguatan UMKM memiliki peran penting sebagai media untuk meningkatkan efektivitas transmisi kebijakan. UMKM yang produktif, inovatif, dan efisien akan mendukung efektivitas transmisi kebijakan bank sentral melalui peranannya dalam meningkatkan permintaan agregat ekonomi. UMKM yang kuat akan mendukung alokasi sumber daya yang lebih efisien, sehingga kebijakan bank sentral untuk mendorong permintaan agregat akan tertransmisi lebih cepat dan lebih besar. UMKM dengan perluasan akses keuangan dan pembiayaan yang sehat juga akan meningkatkan efektivitas transmisi kebijakan moneter. Adanya UMKM yang kuat dan mempunyai akses pembiayaan yang baik akan menyebabkan jalur transmisi kebijakan moneter, baik melalui jalur suku bunga, kredit dan lainnya akan semakin efektif. Kondisi ini juga akan memberikan umpan balik yang positif untuk kemampuan UMKM dalam penyesuaian suku bunga pembiayaannya.

Pengembangan UMKM juga merupakan bagian dari upaya mendukung stabilitas sistem keuangan. Penyediaan dan penggunaan produk dan layanan lembaga keuangan kepada UMKM merupakan bagian upaya pengembangan sistem keuangan, melalui inisiatif pembiayaan ekonomi. Dengan tersedia dan terjaganya pembiayaan ekonomi bagi UMKM yang merupakan unit usaha terbanyak dan juga menyerap tenaga kerja yang terbesar, sistem keuangan menjadi lebih kuat dan sehat. Pengembangan tersebut adalah salah satu pilar dari kebijakan makroprudensial, bersama-sama dengan pilar untuk menjaga risiko sistemik dari sistem keuangan. Perluasan akses UMKM terhadap produk dan layanan pembayaran berbasis digital juga akan memperkuat kelancaran transaksi dan sistem pembayaran secara keseluruhan. Penguatan UMKM melalui akses dan penggunaan produk dan layanan pembiayaan yang disertai dengan edukasi dan literasi keuangan akan mendorong pengelolaan keuangan UMKM yang lebih baik dengan pembiayaan yang lebih sehat. Penguatan UMKM dapat diarahkan pada penggunaan dana eksternal dari lembaga keuangan formal untuk perluasan dan ekspansi usaha. Langkah ini menggantikan pembiayaan UMKM yang secara tradisional menggunakan dana sendiri ataupun dana eksternal dari lembaga keuangan nonformal yang bukan merupakan pembiayaan yang sehat.

Pengembangan UMKM juga mendukung reformasi struktural untuk penguatan sektor prioritas. Kebijakan reformasi struktural yang berbasiskan sektor prioritas, termasuk manufaktur dan pariwisata, ditujukan untuk menjadikan Indonesia sebagai negara yang bernilai tambah tinggi, mempunyai sumber pertumbuhan yang terdiversifikasi dan inklusif. Dengan kontribusi UMKM yang tinggi, perpaduan UMKM dan sektor prioritas akan mendorong keberhasilan reformasi dan menopang ketahanan eksternal.[41] Kebijakan pengembangan UMKM di sektor manufaktur, khususnya diarahkan pada berbagai subsektor ekonomi kreatif untuk meningkatkan nilai tambah. Peran UMKM di industri kreatif dilakukan pada subsektor dengan pangsa terbesar, yaitu makanan dan minuman, fesyen, dan kriya. Penguatan UMKM pendukung pariwisata, termasuk yang berada di sekitar destinasi pariwisata, diarahkan untuk mendukung penguatan pariwisata sebagai sumber pertumbuhan ekonomi baru dan penerimaan devisa. Selain itu, pengembangan UMKM juga dilakukan pada sektor-sektor yang menghasilkan komoditas pangan strategis.

41 UMKM memiliki kontribusi cukup besar pada sektor manufaktur dan pariwisata, tercermin pada dominasi UMKM nonpertanian pada sektor perdagangan besar dan eceran (termasuk hotel dan restauran) yang mencapai 63,5%, diikuti oleh sektor manufaktur sebesar 16,7% dan sektor jasa lainnya sebesar 10,7%.

6.2.

Ekosistem UMKM Diperkuat

Upaya peningkatan produktivitas perekonomian nasional memerlukan perbaikan kinerja UMKM. Pengalaman berbagai negara termasuk Tiongkok, menunjukkan bahwa peningkatan produktivitas menjadi faktor penting dalam mendorong perekonomian untuk tumbuh lebih baik.[42] Dengan peran UMKM yang strategis dalam perekonomian nasional dan kemampuannya menjadi bantalan perekonomian pada saat terjadi pertumbuhan ekonomi yang melambat, maka fokus kebijakan peningkatan produktivitas UMKM menjadi penting. Namun demikian, upaya mendorong produktivitas UMKM tidak mudah dan perlu dilakukan secara sistematis serta berkelanjutan. Hal tersebut terkait dengan adanya perbedaan tingkat produktivitas UMKM antarsektor dan antarpelaku dengan skala usaha yang berbeda.[43]

Peningkatan produktivitas UMKM berpeluang untuk terus dioptimalkan melalui penguatan inovasi. Permasalahan yang mengemuka dalam peningkatan produktivitas UMKM adalah keterbatasan akses pada lembaga keuangan formal, teknologi produksi, kapasitas sumber daya manusia, bahan baku, dan pemasaran.[44] Selain itu, UMKM yang mendominasi unit usaha di Indonesia, umumnya dikelola secara informal, dengan tingkat pendidikan pengelola yang rendah, dan keterampilan tenaga kerja yang belum optimal.[45] Hal tersebut memengaruhi kemampuan UMKM dalam meningkatkan produktivitas usaha. Pelaku dengan skala usaha yang lebih rendah pada umumnya lebih jarang melakukan inovasi, bahkan beberapa di antaranya tidak mampu melakukan inovasi secara mandiri.[46] Memperkuat inovasi bagi UMKM akan mendukung pencapaian pertumbuhan yang inklusif dengan mengurangi kesenjangan produktivitas antara UMKM dengan usaha lain yang berskala lebih besar. Peningkatan inovasi pada UMKM dapat dioptimalkan dengan memanfaatkan perkembangan ekonomi dan keuangan digital yang semakin terakselerasi pada masa kenormalan baru.

Pandemi Covid-19 telah mendorong akselerasi inovasi dan adaptasi UMKM dalam merespons perkembangan teknologi digital dan era kenormalan baru. Covid-19 membangkitkan *contact free economy* dan mempercepat transformasi perilaku konsumen dengan memanfaatkan teknologi digital untuk berinteraksi serta bertransaksi ekonomi dan keuangan. Selama masa pandemi Covid-19, konsumen di Indonesia lebih banyak berbelanja secara *online* dan melakukan transaksi secara nontunai, yang diprakirakan akan terus berlanjut setelah pandemi berakhir.[47] Merespons pergeseran perilaku konsumen, UMKM yang memanfaatkan *platform* digital semakin meningkat, dengan dorongan untuk meningkatkan akses pasar menjadi insentif utama.[48] Perkembangan digitalisasi juga menawarkan peluang bagi UMKM untuk melakukan inovasi proses produksi maupun produk dan layanan seiring dengan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan konsumen dan lingkungan bisnis secara keseluruhan. Digitalisasi juga mempermudah proses interaksi dan kolaborasi

42 Varela, Gonzalo J. (2015), *Openness, Growth, and Productivity in Indonesia's Development Agenda*, World Bank Policy Note 1.

43 OECD, (2017), *Enterpreneurship at a Glance 2017*, OECD Publishing, Paris.

44 Irjayanti, M. dan Azis, A.M. (2012), *Barrier Factors and Potential Solutions for Indonesian SMEs*. Procedia Econ. Finance 2012.

45 BPS, (2019), Potensi Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil, Analisis Hasil Sensus Ekonomi 2016.

46 OECD, (2018), *SME Policy Index: ASEAN 2018: Boosting Competitiveness and Inclusive Growth*, OECD Publishing, Paris/Economic Research Institute for ASEAN and East Asia, Jakarta.

47 Google, Temasek, dan Bain & Co (2019) mencatat pertumbuhan ekonomi internet di Indonesia yang meningkat pesat sejak 2015, dengan tingkat pertumbuhan rata-rata per tahun mencapai 49%, dan dapat mencapai 130 miliar dolar AS pada 2025. Dominasi *e-commerce* dan *ride hailing* dalam *landscape* ekonomi digital di Indonesia memberikan gambaran preferensi masyarakat yang menyukai belanja *online*.

48 ERIA (2018) menyebutkan 72% UMKM di ASEAN yang menjadi responden survei lebih memprioritaskan ekspansi usaha, dibandingkan penurunan biaya (yang didorong perbaikan produktivitas dan operasional). Perilaku ini menjelaskan penggunaan media sosial yang luas oleh UMKM yang menjadi *platform* yang efektif untuk akuisisi konsumen dan komunikasi.

yang produktif dan inovatif. Literasi dan pemanfaatan digitalisasi juga mendorong perilaku UMKM yang lebih adaptif dan proaktif untuk mengambil peluang untuk tumbuh lebih tinggi.

Peningkatan skala ekonomi yang meningkatkan produksi dan menurunkan biaya juga dapat berdampak positif pada peningkatan produktivitas UMKM. Peningkatan skala ekonomi akan memberikan keuntungan bagi UMKM, antara lain pada aktivitas pembelian, produksi, dan pengelolaan administrasi yang lebih efisien. Pembelian bahan baku dalam jumlah lebih banyak akan memberikan posisi tawar UMKM yang lebih baik sehingga dapat memperoleh harga bahan baku yang lebih rendah. Peningkatan skala ekonomi juga memungkinkan pembagian tugas tenaga kerja dan penggunaan tenaga kerja terampil, diversifikasi produk dengan nilai tambah lebih tinggi, maupun akses pembiayaan yang meningkat sejalan dengan biaya transaksi lembaga keuangan yang menurun. Peningkatan skala ekonomi UMKM secara internal dapat dilakukan melalui ekspansi usaha yang disertai dengan peningkatan produktivitas dan efisiensi. Peningkatan skala ekonomi secara eksternal juga dimungkinkan melalui kerja sama UMKM dalam satu ikatan kelembagaan UMKM yang kuat, sehingga UMKM dapat secara bersama-sama mencapai skala ekonomi yang lebih tinggi. Klasterisasi menjadi praktik yang banyak dilakukan karena memungkinkan UMKM mendapatkan manfaat dari peningkatan skala ekonomi.

Bank Indonesia merumuskan Strategi Nasional (Stranas) Pengembangan UMKM. Strategi tersebut dilandasi oleh tiga pilar utama yang meliputi penguatan korporatisasi, peningkatan kapasitas, dan akses pembiayaan guna mewujudkan UMKM yang berdaya saing untuk akselerasi pertumbuhan ekonomi yang inklusif (Gambar 6.1). Penguatan korporatisasi dilakukan dalam rangka meningkatkan skala ekonomi dan/atau nilai tambah melalui penguatan kelompok UMKM (klasterisasi) yang memiliki usaha sejenis, saling melengkapi dan/atau berkaitan, dengan kesamaan lokasi dan/atau kepentingan. Penguatan korporatisasi diharapkan akan mendorong terciptanya ekosistem usaha secara terintegrasi yang mendukung perbaikan produktivitas. Peningkatan kapasitas UMKM dimaksudkan untuk memperbaiki kapabilitas UMKM, baik dari sisi SDM maupun pengembangan usaha. Sementara itu, penguatan akses pembiayaan diarahkan untuk memperluas alternatif sumber permodalan formal bagi UMKM sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan usaha. Penguatan korporatisasi, peningkatan kapasitas, dan akses pembiayaan dilakukan melalui sinergi dengan berbagai pemangku kepentingan, di antaranya Kementerian/Lembaga, Pemerintah Daerah, pihak swasta, serta asosiasi/komunitas dan perguruan tinggi.

Gambar 6.1. Strategi Nasional Pengembangan UMKM

Sumber: Bank Indonesia

Penguatan korporatisasi akan mendorong integrasi suatu rangkaian rantai nilai bisnis, baik horizontal maupun vertikal. Kelembagaan UMKM terus diperkuat melalui korporatisasi, didukung modal sosial yang kuat. Kelompok dibangun atas dasar kerja sama saling menguntungkan yang diarahkan pada bentuk kelembagaan yang makin formal dan modern, baik koperasi, perseroan terbatas, maupun bentuk kelembagaan lainnya. Korporatisasi juga dilakukan melalui kerja sama dan kemitraan, antarUMKM maupun antara UMKM dengan mitra sepanjang rantai nilai, dengan pendekatan horizontal maupun vertikal. Model korporatisasi UMKM horizontal terdiri dari UMKM pada satu sektor usaha tertentu yang membentuk suatu kelembagaan untuk meningkatkan kapasitas produksi secara agregat dan dapat bekerjasama dengan lembaga penunjang bisnis. Model korporatisasi UMKM vertikal terdiri dari berbagai jenis usaha yang saling berkaitan dalam suatu rangkaian rantai nilai bisnis untuk menciptakan produk yang bernilai tambah. Integrasi tersebut akan mendorong peningkatan skala ekonomi usaha UMKM (Gambar 6.2). Dengan skala ekonomi yang lebih besar, korporatisasi akan memberikan manfaat lain bagi UMKM, yakni peningkatan akses pasar, pembiayaan, dan kapasitas SDM.

Dalam upaya peningkatan jumlah korporatisasi UMKM di Indonesia, replikasi model bisnis klaster terbaik terus dilanjutkan. Replikasi dapat dilakukan baik pendekatan horizontal maupun vertikal, antara lain dengan menerapkan teknologi, inovasi, metode tanam, aspek kelembagaan, serta pengelolaan usaha dalam model bisnis klaster terbaik.[49] Pendekatan horizontal diterapkan oleh klaster cabai di Sleman untuk menjaga ketersediaan pasokan cabai dengan harga yang stabil (*one region, one price*). Aktivitas utama pada klaster ini di antaranya adalah manajemen tanam, inovasi mina cabai dan irigasi tetes, serta sistem titik kumpul dan pasar lelang. Manfaat yang diperoleh dari pengembangan korporatisasi yang dilakukan, di antaranya: (i) penerapan manajemen tanam untuk menjaga ketersediaan pasokan cabai sepanjang tahun; (ii) pemanfaatan sistem irigasi yang terintegrasi sehingga menghemat penggunaan air; serta (iii) pemasaran atau penjualan produksi bersama dengan menerapkan sistem pasar lelang untuk meningkatkan posisi tawar petani. Sementara pendekatan vertikal diterapkan klaster hortikultura di Malang, Jawa Timur, yang bermitra dengan industri untuk menciptakan produk pangan olahan bernilai tambah.

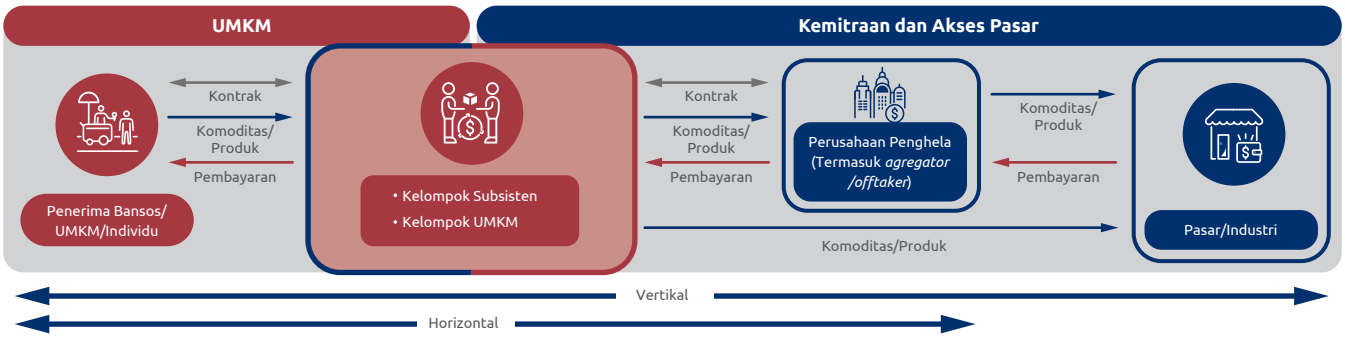
Peningkatan kapasitas akan mendorong perbaikan daya saing pelaku UMKM. Perbaikan kapasitas bagi UMKM akan mendorong peningkatan nilai tambah melalui kemampuan pengembangan produk baru. Peningkatan kapasitas juga diharapkan akan mendukung perbaikan produktivitas UMKM yang sangat diperlukan untuk memperbaiki daya saing.[50] Belum optimalnya kapasitas UMKM tidak terlepas dari manajemen pengelolaan usaha yang lebih bersifat informal, yang berdampak pada inefisiensi proses produksi.[51] Dalam jangka menengah panjang, perbaikan daya saing UMKM akan meningkatkan peran UMKM dalam rantai produksi lokal maupun global, baik melalui partisipasi langsung maupun tidak langsung melalui perusahaan lokal atau perusahaan multinasional yang melakukan ekspor.

49 *Key success factor* pengembangan korporatisasi secara umum memiliki motivasi untuk mencapai tujuan yang sama dan disertai pengelolaan manajemen yang kuat, didukung *standard operating procedure* (SOP) yang jelas, dengan tetap mempertimbangkan kearifan lokal di masing-masing daerah

50 Berry, et al, (1991), *Small-Scale Industry in the Asian-Pacific Region Asian Pacific.*

51 Perry, et al, (2007), *Informality: Exit and Exclusion*, World Bank, Washington DC.

Gambar 6.2. Model Generik Korporatisasi UMKM



Sumber: Bank Indonesia

Strategi pengembangan kapasitas UMKM mengacu kepada peta jalan pengembangan UMKM naik kelas yang mengarah pada UMKM Digital dan UMKM Ekspor. Peningkatan kapasitas UMKM dilakukan untuk memperkuat kualitas UMKM, baik dari sisi sumber daya manusia maupun potensi usaha agar lebih berdaya saing. Untuk mendukung peningkatan skala usaha dan daya saing UMKM, Bank Indonesia menetapkan peta jalan pengembangan UMKM berdasarkan kapabilitas usaha, yaitu UMKM Potensial, UMKM Sukses, UMKM Digital dan UMKM Ekspor (Gambar 6.3). Bank Indonesia melakukan peningkatan kapasitas UMKM sesuai kebutuhan dan diselaraskan dengan peta jalan pengembangan UMKM tersebut dalam rangka mendorong terwujudnya UMKM Digital dan UMKM Ekspor. Pengembangan UMKM dalam peta jalan (*roadmap*) UMKM naik kelas dilaksanakan selama 4 tahun dengan melalui 4 tahapan, yakni kegiatan produksi dan kelembagaan, perluasan pangsa pasar, digitalisasi dan pembiayaan, serta akses pasar ekspor.[52] Adopsi *roadmap* tahapan pengembangan UMKM tersebut disesuaikan dengan kondisi UMKM dan kondisi di lapangan.

Peningkatan kapasitas dilakukan secara terintegrasi untuk meningkatkan produktivitas, termasuk melalui digitalisasi UMKM. Peningkatan kapasitas UMKM mencakup penguatan manajemen usaha, peningkatan kualitas produk, perluasan akses pasar, peningkatan kapasitas keuangan, dan peningkatan kapasitas SDM termasuk penguasaan teknologi digital. Pada tahap awal, pembinaan UMKM potensial difokuskan pada penguatan kelembagaan dan peningkatan skala usaha.[53] Pembinaan UMKM sukses diarahkan pada upaya meningkatkan kualitas desain dan kemasan produk serta perluasan akses pasar, termasuk pemanfaatan teknologi digital, antara lain melalui program *onboarding* UMKM ke *e-commerce*. Kapasitas UMKM digital terus diperkuat melalui optimalisasi pemanfaatan teknologi digital, baik dalam proses produksi, pemasaran, termasuk untuk transaksi pembayaran dan perluasan akses pembiayaan. Selanjutnya, peningkatan kapasitas UMKM potensi ekspor untuk menjangkau pasar global dilakukan antara lain melalui fasilitasi keikutsertaan UMKM pada promosi perdagangan serta temu bisnis UMKM dengan pembeli potensial dari dalam dan luar negeri.

Perluasan aksesibilitas UMKM terhadap pembiayaan akan mendorong tercapainya pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Hubungan positif antara tingkat aksesibilitas UMKM terhadap lembaga keuangan, tidak hanya pada pertumbuhan ekonomi semata, namun juga penciptaan lapangan kerja, serta efektivitas transmisi kebijakan makroekonomi suatu negara, dalam hal ini fiskal maupun moneter.[54] Namun demikian, dibandingkan dengan pelaku usaha berskala besar, UMKM cenderung mengandalkan dana internal yang dimiliki atau melalui pembiayaan informal untuk memulai dan menjalankan usaha. Hal ini tidak terlepas dari kendala akses pelaku UMKM pada pembiayaan formal, terutama pada negara berpendapatan rendah. Berbagai permasalahan fundamental baik

52 Bank Indonesia, (2020), Kajian Model Bisnis dan Strategi Pengembangan UMKM Naik Kelas.

53 Penguatan kelembagaan dilakukan melalui bantuan teknis untuk memfasilitasi perolehan legalitas usaha/perizinan, sertifikasi, kemampuan pencatatan transaksi keuangan, dan pengenalan teknologi digital. Sementara, peningkatan skala usaha dilakukan melalui pendampingan proses produksi untuk mencapai kuantitas dan kualitas produksi yang terstandarisasi dan memenuhi persyaratan sertifikasi tertentu

54 IMF, (2019). *Financial Inclusion of Small and Medium-Sized Enterprises in the Middle East and Central Asia.*

Gambar 6.3. Peta Jalan Pengembangan UMKM Bank Indonesia

Sumber: Bank Indonesia

dari sisi penawaran maupun permintaan dalam pembiayaan UMKM menjadi tantangan tersendiri untuk meningkatkan aksesibilitas UMKM terhadap pembiayaan formal. Di Indonesia, sebagian besar modal awal pendirian usaha mikro kecil pada seluruh sektor usaha (nonpertanian) berasal dari modal pribadi. Dalam hal memerlukan dukungan pembiayaan tambahan, sumber pembiayaan yang sifatnya perorangan lebih menjadi prioritas bagi UMKM dibandingkan sumber pembiayaan perbankan ataupun lembaga keuangan nonbank.[55]

Bank Indonesia terus mendorong upaya penguatan akses pembiayaan UMKM, baik dari sisi penawaran maupun dari sisi permintaan. Dari sisi penawaran, secara nasional Bank Indonesia telah menetapkan Kebijakan Rasio Kredit UMKM sebagaimana diatur dalam PBI No. 17/12/PBI/2015, yaitu bank umum wajib mengalokasikan sebesar minimum 20% dari total kredit untuk UMKM baik berupa kredit langsung, maupun kredit tidak langsung melalui *executing*, *channeling*, dan sindikasi.[56,57] Dari sisi permintaan, Bank Indonesia memberikan bantuan teknis, termasuk memfasilitasi temu bisnis antara bank dengan UMKM untuk meningkatkan akses terhadap sumber pembiayaan. Selain itu, melalui Kantor Perwakilan di daerah, Bank Indonesia berkolaborasi dengan Pemerintah Daerah untuk mengembangkan model bisnis guna mendorong akses pembiayaan UMKM sebagaimana dilakukan di klaster sapi potong, Kabupaten Tuban, Jawa Timur. Implementasi model bisnis tersebut tidak hanya memberikan jaminan akses pasar, kepastian harga bagi peternak, namun juga ketersediaan akses pembiayaan. Dalam model bisnis tersebut, koperasi atau kelompok usaha mempunyai peran sebagai *offtaker* yang memberikan kepastian pasar dan *avalis* (penjamin kredit) untuk memberikan kemudahan akses pembiayaan perbankan.

55 BPS, (2019), Potensi Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil, Analisis Hasil Sensus Ekonomi 2016

56 Khusus kantor cabang bank asing dan bank campuran, dapat memperhitungkan Kredit Non-UMKM berorientasi Ekspor Nonmigas

57 Secara keseluruhan industri perbankan, target tersebut telah tercapai dengan besaran realisasi penyaluran kredit UMKM sebesar 20,75% pada posisi November 2020

6.3.

Digitalisasi Mengakselerasi Pengembangan UMKM

Pemanfaatan digitalisasi pada UMKM perlu terus diperkuat untuk mendukung akselerasi pengembangan UMKM. Tren pemanfaatan digitalisasi pada UMKM terus menunjukkan peningkatan pada beberapa tahun terakhir, meski masih terdapat ruang percepatan dan optimalisasi digitalisasi terutama pada aspek kapabilitas UMKM dan infrastruktur pendukung. Aspek kapabilitas UMKM diperlukan untuk meningkatkan akses UMKM pada ekosistem digital dan pemanfaatannya untuk kegiatan usaha. Hal tersebut mengingat pelaku UMKM yang telah memiliki akses terhadap ekosistem digital belum tentu memiliki pemahaman yang kuat dalam pemanfaatan digitalisasi untuk mengembangkan kegiatan usaha.[58] Sementara itu, aspek infrastruktur dapat diarahkan pada insentif kemudahan kepemilikan sarana dan prasarana teknologi digital untuk individu pelaku UMKM serta infrastruktur untuk mendukung konektivitas teknologi informasi dan internet. Ruang akselerasi pemanfaatan digitalisasi tersebut juga tercermin pada Indeks Digitalisasi Indonesia yang menunjukkan ketimpangan terutama pada daerah di luar Jawa, yang dipengaruhi terutama oleh faktor kapabilitas UMKM dan infrastruktur (Gambar 6.4).

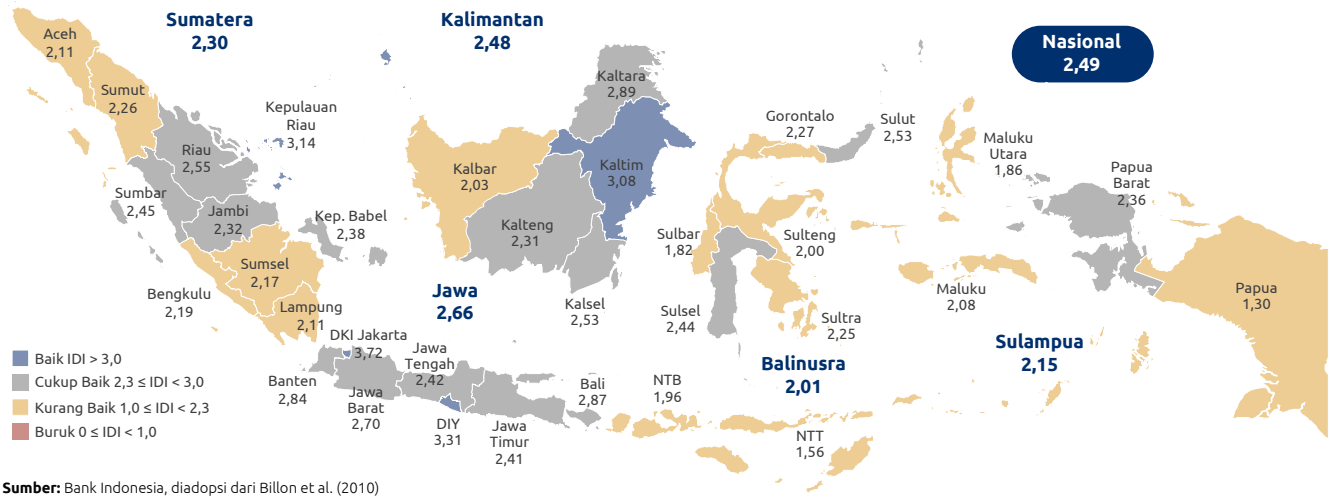
Digitalisasi memberikan peluang UMKM untuk menjadi lebih kuat dan maju. Adaptasi dan transformasi UMKM dalam pemanfaatan digitalisasi akan mendorong pembentukan UMKM yang tidak hanya lebih resilien, namun juga lebih maju dan kuat. Perkembangan ekonomi dan keuangan digital yang pesat telah menumbuhkan berbagai *platform* digital yang menawarkan inovasi dalam kegiatan produksi, konsumsi, kolaborasi, dan berbagi. Pemanfaatan *platform* digital, termasuk pemanfaatan digitalisasi proses produksi dengan inovasi produk dan layanan, dapat mendorong UMKM yang lebih kuat, produktif, dan inovatif. Adopsi model bisnis baru yang lebih efisien dapat dilakukan dengan lebih murah karena biaya investasi dan operasional yang lebih rendah. Pemanfaatan *platform* digital juga memungkinkan UMKM untuk lebih maju sejalan dengan peluang ekspansi bisnis yang didukung perluasan akses UMKM pada pasar (*marketplace*), industri, dan lembaga keuangan. Selain itu, *platform* digital mampu memfasilitasi pemahaman UMKM yang lebih baik tentang kebutuhan konsumen dan lingkungan bisnis secara keseluruhan. Kualitas layanan UMKM juga dapat semakin meningkat karena interaksi yang semakin cepat, mudah, dan efisien dengan konsumen maupun dengan mitra bisnis di sepanjang rantai nilai.

Digitalisasi menjadi pintu masuk UMKM untuk peningkatan akses pasar, tidak hanya pasar nasional namun juga pasar global. Produk UMKM yang semula dipasarkan hanya terbatas pada wilayah lokal, dengan dukungan teknologi dapat dipasarkan pada pasar yang lebih luas, baik nasional maupun global. Ruang pengembangan UMKM tersebut terbuka lebar agar kapabilitas UMKM Indonesia dapat lebih sejajar dengan UMKM *peers*, melalui peningkatan kontribusi ekspor UMKM secara nasional dan perannya dalam rantai suplai global (Grafik 6.3). Digitalisasi memfasilitasi pengembangan UMKM untuk tidak hanya menangkap potensi pasar domestik yang besar dengan jumlah penduduk mencapai 269 juta jiwa, namun juga pasar ekspor global dengan jumlah penduduk dunia mencapai 7,4 miliar jiwa, atau 28 kali lipat dari penduduk Indonesia.[59] Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran produk UMKM menurunkan hambatan untuk masuk (*barrier to entry*) ke pasar yang lebih luas dan dapat lebih efisien

58 Berbagai kajian (Deloitte Access Economics, 2015; ERIA, 2018) menyebutkan bahwa UMKM yang telah *online* umumnya hanya memanfaatkan perangkat digital dasar untuk sarana komunikasi dan operasional usaha, namun belum memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kapabilitas UKMM

59 Worldmeters 2019

Gambar 6.4. Tingkat Digitalisasi Indonesia (ICT *Development Index*-IDI)



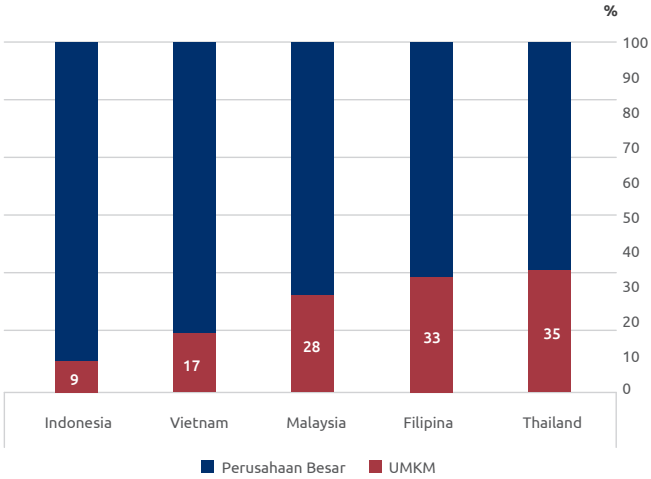
Sumber: Bank Indonesia, diadopsi dari Billon et al. (2010)

dalam menjangkau pasar, terutama target pasar yang tersegmentasi dalam *platform* digital. Perangkat digital juga berpotensi menurunkan biaya ekspor dan waktu yang dibutuhkan untuk melakukan ekspor hingga 40% dan 10% untuk perusahaan manufaktur, serta 82% dan 29% untuk perusahaan penyedia jasa.[60]

Digitalisasi mendukung perluasan akses UMKM terhadap industri sehingga mendorong penguatan rantai pasokan domestik. Digitalisasi memberikan dorongan tambahan dalam upaya memperkuat keterhubungan antar-UMKM maupun antara UMKM dengan industri sepanjang rantai nilai.

60 Asia Pacific MSME Trade Coalition (2018)

Grafik 6.3. Pangsa Nilai Ekspor UMKM terhadap Ekspor Nasional



Sumber: Wignaraja (2012)

Langkah tersebut sejalan dengan upaya penguatan kelembagaan UMKM melalui korporatisasi yang memperkuat interaksi dan sinergi, baik antar-UMKM sejenis maupun dalam integrasi rantai nilai. Dalam hal ini, korporatisasi yang dilakukan dengan memperluas akses UMKM terhadap industri tersebut memfasilitasi *transfer of knowledge* termasuk adaptasi inovasi dan teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM secara menyeluruh dan inklusif. Perluasan akses UMKM terhadap industri tersebut akan mendorong kolaborasi yang produktif dan inovatif, sehingga memperkuat rantai pasokan domestik.

UMKM memiliki ruang pengembangan lebih lanjut melalui perluasan akses terhadap lembaga keuangan, termasuk layanan sistem pembayaran digital dan pembiayaan. UMKM berpotensi untuk berkembang lebih lanjut dengan mempertimbangkan karakteristik UMKM yang sebagian besar masih *unbanked* dengan akses yang terbatas pada produk dan jasa layanan keuangan.[61] Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi di sektor keuangan menumbuhkan berbagai alternatif produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh bank dan nonbank, sehingga berpotensi meningkatkan akses keuangan UMKM. Penyediaan akses UMKM pada lembaga keuangan melalui digitalisasi tersebut merupakan

61 Berdasarkan data jumlah rekening kredit UMKM pada Oktober 2020, hanya sebagian kecil UMKM (25% dari total UMKM) yang diperkirakan telah mendapat akses kredit. Keterbatasan data komprehensif mengenai *creditworthiness* UMKM kerap menjadi hambatan akses kredit UMKM.

pintu masuk UMKM untuk naik kelas, melalui pemanfaatan produk dan layanan dalam pembayaran, pengelolaan keuangan, dan pembiayaan. Akses pada layanan pembayaran digital akan meningkatkan efisiensi UMKM dan mempermudah pengelolaan keuangan. Sementara itu, akses pada lembaga pembiayaan akan mendorong pembiayaan UMKM yang lebih sehat menopang ekspansi usaha.

Perluasan akses terhadap layanan sistem pembayaran digital tidak hanya meningkatkan efisiensi UMKM, namun juga menjadi tahapan penting untuk memperluas akses pembiayaan kepada UMKM melalui teknologi finansial. Penggunaan layanan sistem pembayaran digital akan mempercepat dan mempermudah transaksi UMKM, sehingga tidak hanya menurunkan biaya operasional namun juga berpotensi meningkatkan pendapatan. QRIS sebagai salah satu solusi alat pembayaran digital yang cepat, mudah, murah, dan aman dapat mendorong UMKM yang lebih efisien dengan pengelolaan keuangan yang lebih baik. Selain itu, data transaksi sistem pembayaran digital oleh UMKM dapat menjadi sumber informasi pembentukan data digital terkait kelaikan bisnis (*creditworthiness*) UMKM yang dapat dimanfaatkan dalam menilai kelayakan keuangan UMKM dalan evaluasi kredit/pembiayaan.[62] Evaluasi profil risiko UMKM melalui data transaksi pembayaran digital merupakan model bisnis baru untuk membuka akses pembiayaan bagi UMKM. Dalam hal ini, akses terhadap layanan pembayaran digital, termasuk QRIS, dapat membangun *credit profile* UMKM, sehingga membuka akses terhadap layanan lembaga keuangan yang lebih luas, termasuk kredit/pembiayaan.

Upaya perluasan QRIS mendukung akselerasi perluasan akses UMKM terhadap layanan sistem pembayaran digital. Sampai dengan Desember 2020, terdapat lebih dari 5 juta UMKM yang telah difasilitasi untuk menggunakan QRIS di seluruh daerah. QRIS memberikan berbagai kemudahan, yaitu transaksi cepat dan tercatat, efisien, dan aman karena diawasi Bank Indonesia, serta lebih higienis karena tanpa kontak fisik. Saat ini, penggunaan QRIS telah menyambungkan sekitar 5,8 juta *merchant* ritel secara nasional. Sebagian besar *merchant* tersebut adalah UMKM, khususnya lebih dari 3,6 juta *merchant* Usaha Mikro (UMI) dan sekitar 1,2 juta *merchant* Usaha Kecil (UKE). Melalui QRIS, digitalisasi UMKM dapat lebih dipercepat sehingga mendukung inklusi ekonomi dan keuangan secara nasional, termasuk ketersediaan data UMKM yang selama ini menjadi salah satu kendala dalam pengembangannya. Ke depan, fitur QRIS akan dikembangkan tidak hanya untuk transaksi di dalam negeri, namun juga *cross border* atau luar negeri, sehingga diharapkan dapat memfasilitasi UMKM pengguna QRIS yang melakukan transaksi ekspor.

Perluasan akses terhadap layanan pembiayaan lembaga keuangan melalui pemanfaatan digitalisasi akan mendorong UMKM lebih mudah melakukan ekspansi usaha. Perluasan akses UMKM terhadap layanan pembiayaan diarahkan pada upaya mengatasi aspek *asymmetric information*, yaitu lembaga keuangan kesulitan untuk menilai kelaikan bisnis sehingga UMKM kerap kali dipersepsikan sebagai unit usaha berisiko tinggi. Selain itu, perluasan akses UMKM juga difokuskan kepada aspek biaya operasional penyaluran kredit UMKM, yang memiliki karakteristik jumlah nominal yang tidak besar namun dengan jumlah transaksi yang besar. Digitalisasi juga mendukung perluasan akses pembiayaan UMKM tersebut dengan memanfaatkan data digital transaksi UMKM sebagai indikator kelaikan bisnis (*creditworthiness*) UMKM. Digitalisasi turut mendorong efisiensi biaya operasional dalam penyaluran kredit UMKM sehingga mendukung perluasan akses UMKM. Dengan dukungan digitalisasi tersebut, UMKM lebih mudah melakukan ekspansi usaha dengan akses yang luas tehadap layanan pembiayaan dari lembaga keuangan.

Digitalisasi menjadi fokus Bank Indonesia dalam peningkatan kapasitas UMKM di era pandemi untuk memperluas akses pemasaran UMKM. Setelah penguatan kelembagaan dan produksi, pembinaan UMKM ditekankan pada upaya perluasan akses pemasaran, di antaranya dengan mendorong kemitraan

62 Pembayaran digital secara tidak langsung menjadi laporan aktivitas transaksi keuangan yang dilakukan oleh UMKM, yang sangat diperlukan oleh industri teknologi finansial untuk mengevaluasi kemampuan bayar pelaku UMKM.

pemasaran dan inovasi produk. Peningkatan inovasi dan kualitas produk di antaranya dilakukan melalui fasilitasi kurasi produk untuk meningkatkan kualitas produk sesuai target pasar. Peningkatan nilai tambah produk dilakukan melalui pendampingan berkolaborasi dengan desainer dan kurator. Selaras dengan upaya mendorong pemulihan UMKM dan meningkatkan digitalisasi UMKM di era pandemi, Bank Indonesia juga melakukan fasilitasi edukasi dan *onboarding* UMKM binaan dan UMKM mitra agar terhubung dengan ekosistem digital. Edukasi dilakukan melalui penyusunan materi yang lebih terstruktur dan sistematis sehingga mudah dipahami, di antaranya literasi digital umum, pemasaran digital melalui berbagai *platform* media sosial, proses *onboarding* di *marketplace* dan *digital payment*, serta pengenalan konsep *online agregator*.

Di era pandemi, Bank Indonesia juga menerapkan digitalisasi dalam promosi produk UMKM dan fasilitasi temu bisnis (*business matching*). Sebagai contoh, Bank Indonesia memfasilitasi promosi produk UMKM binaan dan UMKM mitra yang telah terkurasi melalui *e-catalogue* dalam pameran virtual Karya Kreatif Indonesia 2020 (KKI). Selain promosi, KKI juga memfasilitasi temu bisnis UMKM secara virtual, baik dengan lembaga keuangan, pelaku tekfin, maupun dengan eksportir yang mampu menghasilkan komitmen pembiayaan dan memperluas akses pasar ekspor. Bank Indonesia juga aktif mengikutsertakan UMKM binaan dan UMKM mitra potensi ekspor dalam berbagai kegiatan promosi perdagangan virtual, baik level nasional maupun internasional, antara lain *Trade Expo Indonesia*, *Singapore Specialty Coffee (Online) Auction* dan *Cupping Session*, *New York Now Digital Market 2020*, *Future Tea and Coffee Summit and Expo 2020*, dan *China ASEAN Expo 2020*.

Digitalisasi memberikan peluang kepada UMKM untuk tumbuh lebih tinggi. Pandemi Covid-19 sebagai kejadian luar biasa mendorong Pemerintah memberikan dukungan luar biasa untuk membantu penyelamatan dan pemulihan UMKM melalui program stimulus. Sementara itu, UMKM juga makin banyak yang menerapkan digitalisasi dan terus mengeksplor peluang dari digitalisasi dan mengadopsi model bisnis berbasis digital agar dapat tumbuh lebih tinggi. Perkembangan ekosistem digital telah menyediakan beragam model bisnis digital dari hulu ke hilir yang dapat diadopsi oleh UMKM. Digitalisasi memberikan peluang kepada UMKM untuk beradaptasi dan bertransformasi untuk bertahan, bangkit, dan tumbuh lebih tinggi lagi, disertai dengan peningkatan korporatisasi, kapasitas, dan pembiayaan. Sebagai contoh, Bank Indonesia memfasilitasi pemanfaatan teknologi berbasis *Internet of Things* (IoT) di sisi produksi maupun pemasaran pada sejumlah klaster pertanian binaan di wilayah Jawa, Sumatera, Kalimantan, dan Nusa Tenggara, bekerja sama dengan *platform* pertanian digital. Digitalisasi proses bisnis usaha sektor pertanian diterapkan mulai dari sisi *on farm* (hulu) melalui penggunaan sensor cuaca, hingga sisi *off farm* (hilir), dengan memfasilitasi akses terhadap *e-commerce* pertanian.

Ke depan, optimalisasi peran UMKM sebagai tulang punggung ekonomi akan terus diarahkan pada upaya peningkatan produktivitas, pertumbuhan ekonomi yang inklusif, dan adaptasi terhadap perubahan digital. Peran UMKM sebagai kekuatan baru ekonomi nasional semakin relevan saat ini, dengan banyak negara mulai mengandalkan sumber pertumbuhan ekonomi domestik, termasuk diantaranya melalui UMKM. Pengembangan UMKM diarahkan untuk menjaga ketahanan dan mendukung pemulihan ekonomi nasional dalam jangka pendek, serta mendorong peningkatan kontribusi dalam perekonomian nasional pada jangka menengah. Prioritas penguatan UMKM dapat diarahkan pada sektor prioritas yang memiliki potensi ekspor dan mendorong pariwisata, serta mendukung pasokan dan distribusi komoditas pangan strategis sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi dan mengurangi defisit transaksi berjalan. Langkah prioritisasi tersebut dimaksudkan untuk mendukung integrasi antarsektor dan antarwilayah, melalui sinergi kebijakan dan program yang harmonis bersama Pemerintah maupun Pemerintah Daerah untuk menghasilkan UMKM unggulan di tingkat nasional dan daerah.

6.4.

Sinergi Mendorong Transformasi UMKM Diperkuat

Upaya transformasi UMKM guna mendukung pertumbuhan ekonomi yang kuat, berkelanjutan dan inklusif, memerlukan sinergi kebijakan yang terintegrasi lintas sektoral maupun pusat dan daerah. Menghadapi tantangan ekonomi global, upaya memperkuat peran dan resiliensi UMKM semakin relevan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang kuat dan berkelanjutan. Dalam jangka menengah panjang peningkatan kapasitas UMKM secara bertahap, juga sekaligus akan mendukung proses transformasi Indonesia menjadi negara maju. Penguatan UMKM, secara tidak langsung juga akan mendukung terwujudnya ekonomi dan keuangan yang inklusif, karena aksesibilitasnya terhadap lembaga keuangan formal yang semakin luas. Selain itu, perkembangan pesat teknologi informasi menuntut respons kebijakan terhadap perubahan perilaku agen ekonomi, termasuk UMKM, seiring semakin pesatnya penetrasi ekonomi dan keuangan digital di Indonesia. Perubahan mendasar pada lanskap perekonomian sebagaimana di atas, memerlukan respon kebijakan yang dilakukan secara holistik mengarah pada tujuan yang sama, yakni untuk mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat dan transisi Indonesia menjadi negara maju.

Strategi pengembangan UMKM yang dilakukan Bank Indonesia merupakan satu kesatuan utuh untuk mendukung strategi pembangunan nasional Pemerintah. Oleh karenanya, upaya pengembangan UMKM yang dilakukan oleh Bank Indonesia dengan 46 Kantor Perwakilan Bank Indonesia Dalam Negeri (KPwDN), selalu bersinergi dengan Kementerian/ Lembaga terkait, dan Pemerintah Daerah, serta sejumlah komunitas di daerah. Upaya ini dilakukan agar tahapan pengembangan UMKM dilakukan secara *end-to-end*, mulai dari tahap produksi, kurasi, pemasaran, hingga memperkuat aspek permodalan. Sejumlah kerja sama antara Bank Indonesia dengan beberapa Kementerian/Lembaga telah dilakukan antara lain dengan Kementerian Perindustrian, Kementerian Koperasi dan UKM, serta Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas) maupun Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda). Kerja sama tersebut telah menghasilkan sejumlah program konkrit, seperti kajian bersama, perumusan kebijakan sesuai kewenangan masing-masing lembaga, pertukaran data dan informasi, pelatihan/bimbingan teknis, fasilitasi dan pendampingan, promosi dan pemasaran produk, serta sosialisasi kebijakan.

Melalui sinergi bersama Pemerintah, Bank Indonesia mendorong UMKM sebagai kekuatan untuk mendukung proses pemulihan perekonomian nasional. Penyelenggaraan Karya Kreatif Indonesia (KKI), merupakan bentuk nyata dari dukungan Bank Indonesia terhadap program Pemerintah Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI). Kegiatan yang diselenggarakan secara virtual tersebut merupakan titik penting bagi kebangkitan UMKM, terutama dengan memanfaatkan ruang digital sebagai media promosi dan penjualan yang difasilitasi oleh Pemerintah dan Bank Indonesia. Upaya bersama ini diharapkan dapat menjadi pemicu bagi UMKM untuk melakukan transformasi agar menjadi lebih kuat dan berdaya saing di masa mendatang. Selain itu, dalam kegiatan yang sama Bank Indonesia juga berhasil memfasilitasi *business matching* antara UMKM dengan pembeli potensial dari dalam negeri maupun luar

"Sinergi kebijakan untuk mengangkat UMKM sebagai salah satu sumber pemulihan perekonomian di era digital akan terus diperkuat"

negeri diantaranya Singapura, Italia, Korea Selatan, Jepang, China, dan Australia. Komitmen kesepakatan bisnis tersebut tentunya memberikan pesan penting bahwa masuknya produk UMKM ke pasar digital, akan memperluas akses pasar produk-produk UMKM untuk merambah hingga ke mancanegara. Kegiatan tersebut tidak hanya dilakukan di Jakarta namun juga di sejumlah daerah lainnya.

Ke depan, sinergi kebijakan untuk mengangkat UMKM sebagai salah satu sumber pemulihan perekonomian di era digital akan terus diperkuat. Upaya mendorong digitalisasi ekonomi akan ditopang oleh keberhasilan dalam mendorong UMKM nasional untuk memanfaatkan peluang dan manfaat dari tren digitalisasi. Dalam kaitan ini, bisnis proses UMKM juga harus bertransformasi menjadi lebih siap beradaptasi dengan era kenormalan baru ("*New* UMKM"). Akselerasi digitalisasi menjadi solusi untuk meningkatkan level baru UMKM Indonesia melalui perluasan akses pasar, pembiayaan, dan jaringan rantai pasok. Untuk mendukung hal tersebut, program

Keterangan: Pembukaan Karya Kreatif Indonesia 2020 Seri 2 - 7 Oktober 2020 dihadiri oleh Ketua Dekranas Hj. Wury Ma'ruf Amin

kerja bersama antara Bank Indonesia dan Pemerintah maupun Pemerintah Daerah secara terstruktur dan sistematis, akan diarahkan untuk memperluas akses UMKM baik pada lembaga keuangan termasuk pelaku tekfin, industri maupun *marketplace*, serta kanal pembayaran digital melalui pemasangan QRIS (*QR Code Indonesian Standard*).