

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan merupakan upaya untuk meningkatkan potensi manusia yang akan mempengaruhi masa depan suatu bangsa dengan peran masyarakat sebagai aktor utama dan didukung oleh pemerintah untuk menciptakan lingkungan yang aman dan damai (Sarfiyah et al., 2019). Salah satu aspek pembangunan nasional Indonesia adalah pertumbuhan ekonomi yang merupakan landasan perekonomian bangsa, dan kontribusi masyarakat terhadap sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) tidak dapat dipisahkan (Niode, 2019). UMKM juga merupakan alat perjuangan nasional disebabkan oleh ciri khasnya yang berjuang berdasarkan potensi dan sumber daya yang dimiliki (Zaelani, 2019). Keberadaan UMKM ini tidak dapat dihapuskan atau dihindarkan dari masyarakat saat ini karena merupakan jenis usaha yang mudah dan erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari masyarakat kita.

Banyak sekali yang menyatakan seperti dalam seminar, pertemuan ilmiah, dan media massa bahwa UMKM di Indonesia sangat penting. Terutama sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan. Oleh karena itu, UMKM sangat diharapkan untuk bisa terus berperan secara optimal dalam upaya menanggulangi pengangguran yang jumlahnya cenderung meningkat terus setiap tahunnya (Tambunan, 2009). Selain daripada itu, mendirikan suatu usaha UMKM cukup atas inisiatif seseorang, modal yang relatif kecil, yang

menyebabkan UMKM cukup berkontribusi dalam menyumbang pendapatan negara (Cookson & Stirk, 2019). Menurut penelitian, sektor UMKM memiliki kapasitas penyerap tenaga kerja yang signifikan dan telah meningkatkan pendapatan daerah dan negara. Sebesar 63,58% terhadap pembentukan PDB dan sekitar 99,45% dalam menyerap tenaga kerja serta menyumbang sekitar 99,84% dari semua unit bisnis yang saat ini beroperasi, dan kontribusinya cukup signifikan dalam total nilai ekspor, yang mencapai 18,72% (Niode, 2019).

UMKM terbukti memiliki kekuatan yang cukup besar karena mampu menyelamatkan krisis ekonomi yang melanda Indonesia hampir dua dekade lalu. Karena disaat banyak perusahaan gulung tikar, sektor UMKM justru menjadi penggerak roda perekonomian. Pemerintah pusat sedang berupaya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi pasca pandemi Covid-19 dengan menjalin digitalisasi ekosistem dimana hal ini bersosialisasi melalui seminar yang berjudul ‘Inovasi Digitalisasi Ekosistem Sektor UMKM dan Pariwisata Daerah Pasca Pandemi’ yang dihadiri Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Menteri Komunikasi dan Informatika, Ketua Asosiasi Pengusaha Digital Indonesia, Gubernur Bali, General Manager Bayarind dan Wakil Kepala Divisi Digital Banking Bank BJB (U. Indonesia, 2022) (sumber: <https://youtu.be/AmzeqXWeWM0>).

Sebuah perusahaan harus terus meningkatkan kapasitasnya untuk memperbaiki atau meningkatkan daya saingnya dan dengan itu perusahaan tersebut bisa menjamin kelangsungan pertumbuhan jangka panjangnya. Elemen kunci dari pengembangan kapasitas adalah akumulasi pengetahuan atau

pertumbuhan teknologi. Di era digital, semangat berwirausaha hadir dalam wujud yang sedikit berbeda. Kini, para wirausahaan bisa memanfaatkan dunia maya untuk memperluas jangkauan pasarnya. Tak hanya wilayah sekitarnya, tapi ke seluruh penjuru Indonesia, negara tetangga, sampai dunia (Akbar, 2018a). Jadi, dalam hal ini adalah kemampuan suatu perusahaan memperbanyak pengetahuan atau mengembangkan teknologinya (Tambunan, 2009).

Mengingat pentingnya UMKM sebagai sektor pemulihan ekonomi, pemerintah Indonesia berupaya keras untuk menumbuhkan UMKM. Suahasil Nazara, Wakil Menteri Keuangan (Wamenkeu), dikutip oleh situs berita Bisnisnews bahwa Indonesia memiliki potensi ekonomi digital yang cukup besar dan e-commerce menjadi mesin pengembangan utama dalam ekosistem ekonomi digital (Helmi, 2022). Maka diperlukan strategi untuk perubahan agar proses aplikasi berjalan efektif, berjalan dinamis dan berkelanjutan, serta dapat secara efektif menggunakan teknologi digital yang dibutuhkan UMKM untuk mengembangkan usahanya. Karena di era digital membuka banyak peluang bagi Indonesia. Dihat dari besarnya antusias masyarakat terhadap teknologi dan banyaknya masyarakat yang bisa menjadi sektor pasar, membuat Indonesia digadang-gadang bisa unjuk gigi di era digital (Akbar, 2018a).

Menurut Anton Pribadi Hadimulyono, Deputy Kepala Divisi Digital Banking Bank BJB dalam webinar berjudul Inovasi Digitalisasi Ekosistem Sektor UMKM dan Pariwisata Daerah Pasca Pandemi, memaparkan bagaimana masyarakat telah menerapkan digitalisasi baik secara sadar maupun tidak sadar berdasarkan data yang sudah tersedia dan implementasi di lapangan secara

berkala. Menurut penelitian, 204,7 juta dari 277,7 juta pengguna internet Indonesia—atau 73,7% populasi negara—menggunakan internet, sementara 28,8% menggunakan jasa keuangan. Jadi dari sudut pandang yang rumit, masyarakat sudah benar-benar mendigitalkan dirinya dalam kehidupan sehari-hari, namun di lapangan masih perlu dilakukan melalui literasi, sosialisasi, dan edukasi (Kominfo, 2021).

Pengembangan infrastruktur di Indonesia Pemerintah telah menggulirkan berbagai kebijakan dan stimulus diantaranya gerakan nasional ‘Bangga Buatan Indonesia’, Asia afirmasi membeli produk dalam negeri, dan berbagai stimulus pemulihan ekonomi nasional untuk sector UMKM. Kekuatan pendorong revolusi digital harus mencakup yang terkait dengan infrastruktur seperti yang diciptakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Seiring dengan percepatan pembangunan infrastruktur, ekosistem dan sumber daya manusia digital juga harus disiapkan secara bersamaan. Karena penggunaan teknologi disini bukan hanya sekedar alat atau benda fisik, tetapi diperlukan ide, teknik maupun segala upaya dalam pelaksanaan pembangunan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan atau perbaikan kehidupan masyarakat menurut Dhakidae (1979) dalam Mardikanto (2019).

Efek meningkatkan keterampilan dapat berpengaruh pada proses produksi dan produktivitas yang meningkat dan dapat membangun kekuatan ekonomi sebagai dampak peningkatan keterampilan. Demikian juga, peningkatan keterampilan sumber daya manusia (SDM) di bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) akan memperkuat intelektual, sedangkan peningkatan

berbagai aplikasi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam kehidupan baik dalam komunitas online maupun dalam kerangka keterbukaan informasi membawa pada terbangunnya kekuatan social (Setiawan, 2018).

Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo, yang mengeluarkan Peraturan Presiden yang menyatakan bahwa digitalisasi merupakan cara bagi pelaku usaha UMKM dan koperasi untuk tetap bertahan dan berkembang dalam menghadapi keadaan yang penuh tantangan maupun dalam menghadapi tantangan dimasa pembatasan aktivitas dan mobilitas. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021–2024 ini ditetapkan atas permintaan Presiden Joko Widodo dalam perekonomian nasional di masa pandemi. Mengutip bagian dari Pasal 3 Keputusan Presiden yang berisikan: a. memungkinkan pelaksanaan kebijakan terkait program Pengembangan Kewirausahaan Nasional oleh kementerian/lembaga, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan secara sinergis; b. memperkuat ekosistem kewirausahaan Indonesia; c. mendorong tumbuhnya wirausahawan yang fokus pada nilai tambah dan mahir memanfaatkan teknologi; dan d. untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan dan skala usaha (P. R. Indonesia, 2022).

Presiden Joko Widodo, telah meluncurkan kebijakan afirmasi yang menyerukan penggunaan barang dalam negeri baik dalam pembelian pemerintah pusat maupun daerah. Pada tahun anggaran 2022, pemerintah harus menyisihkan minimal 40% dari anggarannya untuk barang-barang produksi UMKM lokal. Tindakan positif serupa juga harus dilakukan melalui belanja produk lokal dan

kerjasama dari swasta nasional untuk alokasi belanja BUMN dan BUMD pada produk UMKM nasional. Sehingga UMKM nasional kita memantapkan diri sebagai tuan rumah dan kekuatan dominan di sektor ekonomi dan industri bangsa kita sendiri (Trihusodo, 2022).

Program ini sudah digadangkan sejak 2020 dalam menanggulangi efek pandemi terhadap kelangsungan perekonomian sektor UMKM yang memiliki peluang penyedia barang/jasa pemerintah dengan sistem aplikasi, yaitu Bela (Belanja Langsung) Pengadaan (Idhom, 2021). Kepala Biro PBJ yang menyampaikan bahwa Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah mengalokasikan paling sedikit 40% dari nilai anggaran barang/jasa untuk produk Usaha Mikro Kecil dan Koperasi. Proses belanja langsung bernilai paling tinggi Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) (Karel, 2021). Pengimplementasian kebijakan program BeLa Pengadaan, Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung melakukan kolaborasi dengan pihak LPSE dan M-Bizz untuk mendorong pemasaran digital bagi pelaku usaha yang sesuai dengan kriteria.

Pihak LPSE yang berperan sebagai lembaga yang memiliki daftar setiap UMKM yang terdaftar, dan jika pelaku usaha ingin berpartisipasi dalam BeLa Pengadaan sebagai penyedia, salah satu syaratnya harus sudah terdaftar dan terverifikasi di LPSE. Sedangkan M-Bizz yang merupakan e-commerce yang bersifat B-to-B (Business to Business) berperan menjembatani antara data pelaku usaha dari LPSE dan produk yang mereka jual. Jadi pemerintah bahkan masyarakat umum dapat langsung membeli barang/jasa pelaku UMKM karena

sudah terdaftar datanya dan terverifikasi antara LPSE dan M-Bizz. Beberapa pihak lain e-commerce yang sudah menjalin kolaborasi dalam program Bela Pengadaan dengan Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung diantaranya: Shopee, Grab dan Bukalapak.

Program lain dari situs SIRKUIT (Sistem Informasi Kewirausahaan UMKM Terpadu), Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung sebuah acara dengan nama BIMTEK UMKM GO MODERN MARKET tentang dampak pandemi COVID-19 yang memaksa pelaku UMKM bermigrasi ke dunia digital untuk bertahan hidup, menjadi pendorong program yang baru diresmikan pada 29 Maret 2022. Sebelum bergabung dunia digital, sangat penting untuk memastikan bahwa barang dan jasa kontemporer kompatibel dengan program Pemberdayaan Kelembagaan dan Pengembangan Usaha Mikro Potensial Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung. Salah satu taktik untuk mempercepat implementasi ekosistem digitalisasi adalah dengan melakukan pendekatan kepada UMKM yang terkait langsung dengan isu BeLa Pengadaan.

Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung sudah mendorong semua pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi dalam melakukan pemasaran digital karena mempertimbangkan fakta bahwa di jaman sekarang perubahan kearah digitalisasi tidak dapat dihindari. Apalagi didorong saat masa pandemic bila pelaku usaha ingin bertahan harus mampu beradaptasi dengan mengikuti perkembangan untuk mengubah sistem kerja tradisional menjadi modern. Pengaruh yang cukup signifikan bagi pelaku usaha yang menggunakan digitalisasi adalah mampu mengembangkan usahanya. Jadi peran yang diemban

oleh Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung adalah membantu kendala yang dilalui oleh UMKM dan mengetahui isu yang sedang hangat bagi UMKM untuk diambil langkah selanjutnya (Hasil wawancara dengan staff bidang UMKMDinas Koperasi UMKM Kota Bandung, Mohammad Lutfi Saputra, 30 Agustus 2022).

Seiring dengan dampak pandemi yang memerlukan perhatian khusus, perlu juga membantu membangun kembali perekonomian pasca pandemi guna mempercepat ekspansi sektor UMKM secara nasional (*Kebijakan Jokowi Optimalkan Peran UMKM Untuk Perkuat Ekonomi Masyarakat*, 2022). Dampak perekonomian Indonesia karena Covid-19 berpengaruh kepada turunnya omzet pelaku ekonomi UMKM, bahkan turun minus 2,07% dari tahun sebelumnya. Maka upaya pemerintah di berbagai bidang menjadi penting sebagai penunjang. Menurut Suahasil Nazara, wakil menteri keuangan, menyatakan masih ada beberapa hal yang perlu diwaspadai dengan upaya digitalisasi di Indonesia, khususnya kesenjangan digital masih cukup terasa (Helmi, 2022). Demikian harapan dari proses digitalisasi tidak selalu mudah. Kendala yang ditemukan di lapangan bukan karena tidak ada program pemerintah, melainkan sudah diimplementasikan, tetapi belum berjalan dengan efektif dan efisien, seperti melalui website atau aplikasi.

Saat ini terdapat lebih 50 juta pelaku usaha UMKM di seluruh Indonesia. Namun masih kurang dari satu juta yang sudah memasarkannya dengan digital. Dengan menggunakan media yang merupakan salah satu unsur penting dalam ekosistem startup. Karena dengan lewat berbagai jenis media, para penggiat

startup dapat melakukan promosi ke masyarakat luas. Namun bekerja bersama media juga bisa menjadi pengalaman yang membingungkan, khususnya apabila sang founder belum terbiasa berhadapan dengan media sebelumnya (Akbar, 2018). Merupakan kendala yang terjadi di Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung, yaitu masih banyak pelaku usaha yang belum mengoptimalkan pemasaran digital, dari segi memanfaatkan digital, sehingga produk lebih bisa dikenal dan strategi yang belum matang dalam pengaruhnya untuk meningkatkan penjualan. Karena untuk melihat program pemasaran digital sudah berjalan maksimal dikembalikan kepada actor yang menjalankan.

Berikut data yang menunjukkan jumlah pelaku UMKM yang tercatat dalam website resmi Dinas, SIRKUIT (Sistem Informasi Kewirausahaan Terintegrasi) :

Tabel 1.1 Data UMKM Pertahun di Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung

| Tahun | Klasifikasi Usaha | | | Total |
|-------|-------------------|-------------|----------------|-------|
| | Usaha Mikro | Usaha Kecil | Usaha Menengah | |
| 2016 | 4877 | 374 | 12 | 5263 |
| 2017 | 144 | 6 | 0 | 150 |
| 2018 | 511 | 16 | 0 | 527 |
| 2019 | 329 | 29 | 2 | 360 |
| 2020 | 262 | 6 | 0 | 268 |
| 2021 | 1843 | 8 | 1 | 1852 |
| 2022 | 717 | 10 | 1 | 728 |
| 2023 | 118 | 2 | 0 | 120 |
| Total | 8880 | 451 | 16 | 9267 |

Sumber: <https://sirkuit.bandung.go.id/#data-umkm>

Berdasarkan data terlampir di atas menurut website SIRKUIT yang dikelola oleh Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung, dapat disimpulkan akumulasi total pelaku usaha UMKM dari tahun 2016-2023 mengalami penurunan yang cukup signifikan. Ini menjadi permasalahan yang dapat diteliti oleh peneliti

mengenai penyebab penurunan jumlah pelaku UMKM yang tercatat terutama ditahun 2023. Karena bila dilihat pada tahun 2021 kenaikan signifikan pada sektor usaha mikro, masa transisi perpindahan usaha konvensional ke arah digital. Merupakan upaya yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi usahanya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan staff UM, Muhammad Lutfi yang berprofesi sebagai operator dikatakan bahwa permasalahan yang sedang berkembang kaitannya dengan sektor UMKM dan digital adalah kurangnya konsistensi. Konsisten yang dimaksud berkaitan dengan mengikuti perkembangan dan perubahan yang bergerak cepat pada saat ini. Karena kebanyakan pelaku usaha hanya sekedar bergabung menggunakan teknologi digital untuk bertahan, namun tidak melakukan pembaharuan kepada usahanya sehingga tertinggal dengan yang lain dan terpaksa untuk tutup.

Tabel 1. 1 Data Pelaku UMKM Yang Sudah Bergabung Dengan Mbiz Market di Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung

| DATA PELAKU UMKM YANG SUDAH BERGABUNG DENGAN MBIZ MARKET | | |
|---|---------------------|---------------|
| Badan Usaha | Status Pajak | Jumlah |
| PD | PKP | 2 |
| | Non PKP | 1 |
| UD | PKP | 1 |
| | Non PKP | 2 |
| KOPERASI | PKP | 3 |
| | Non PKP | 0 |
| NON BADAN USAHA | PKP | 15 |
| | Non PKP | 120 |
| | Tanpa Keterangan | 14 |
| Total Penyedia | | 158 |

Sumber : Staff Bidang UM Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung

Jika dibandingkan dengan data pelaku UMKM di kota Bandung yang tercatat di dalam **tabel 1.1**, terdapat data lain yang menunjukkan terkait kurang berpartisipasinya jumlah pelaku UMKM terkait program pemerintah, yaitu Bela

Pengadaan. Ini menjadi kendala bagi Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung untuk menarik pelaku usaha lokal di Kota Bandung berpartisipasi aktif atas program pemerintah untuk memasarkan produk barang/jasa secara digital di aplikasi yang sudah disediakan.

Seperti dalam daftar tabel UMKM yang sudah terdaftar dalam kebijakan Bela Pengadaan yang dibuat oleh pemerintah untuk meningkatkan kontribusi dan partisipasi Pemerintah daerah dan pusat melalui penggunaan barang atau jasa local. Kebijakan afirmasi dapat menjadi tempat meningkatkan potensi bagi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya dengan bantuan dari pemerintah sehingga produk dan jasa yang ditawarkan akan lebih dikenal dan lebih unggul dibandingkan mengimpor barang dari luar. Namun data menunjukkan Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung hanya berhasil mengumpulkan data sejumlah 158 pelaku usaha yang berniat bergabung ke dalam program BeLa Pengadaan dengan salah satu lembaga yaitu M-Bizz di Kota Bandung.

Berdasarkan observasi, tujuan peneliti adalah untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang bagaimana pemberdayaan UMKM melalui media digitalisasi di Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung. Untuk itu peneliti mengambil judul **“Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Sistem Digitalisasi Pada Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Bandung”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian dipandang perlu untuk ditetapkan agar mendapatkan fokus yang lebih terarah mengingat luasnya cakupan objek

penelitian yang terkait. Olehnya itu, peneliti berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, teridentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Belum optimalnya pemberdayaan pelaku UMKM di Kota Bandung
2. Kurangnya partisipasi pelaku UMKM pada program pemberdayaan
3. Sebagian besar pelaku UMKM belum memahami/belum bisa mengoperasikan digital ke dalam usahanya

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pemberdayaan UMKM dalam menciptakan iklim pengembangan masyarakat (enabling) melalui sistem digitalisasi di Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Bandung?
2. Bagaimana pemberdayaan UMKM dalam memperkuat potensi masyarakat (empowering) melalui sistem digitalisasi di Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Bandung?
3. Bagaimana pemberdayaan UMKM dalam rangka melindungi pelaku UMKM yang lemah (protecting) melalui sistem digitalisasi di Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui,

1. Bagaimana pemberdayaan UMKM dalam menciptakan iklim pengembangan masyarakat (enabling) melalui sistem digitalisasi di Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Bandung

2. Bagaimana pemberdayaan UMKM dalam memperkuat potensi masyarakat (empowering) melalui sistem digitalisasi di Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Bandung
3. Bagaimana pemberdayaan UMKM dalam rangka melindungi pelaku UMKM yang lemah (protecting) melalui sistem digitalisasi di Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

Ada beberapa harapan dilakukannya penelitian ini, salah satunya adalah dapat memberikan kegunaan bagi beberapa pihak, baik kegunaan secara teoritis maupun praktis.

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Dari sisi pengaruh akademis dan ilmiah terhadap pengembangan konsep dan teori tentang Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Sistem Digitalisasi Pada Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan keilmuan khususnya di bidang bidang Administrasi Publik.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi peneliti

Kegunaan penelitian bagi peneliti itu sendiri demikian akan berkontribusi pada pertumbuhan intelektual komunitas akademik dan membantu para ilmuwan yang bekerja untuk memajukan bidang mereka, khususnya ilmu administrasi yang berkaitan dengan publik.

2. Bagi instansi

Kegunaan penelitian bagi instansi diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah daerah Kota Bandung terutama Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung, sebagai bahan pertimbangan untuk mengoptimalkan pengembangan dalam pemberdayaan UMKM berbasis digitalisasi dan melibatkan pihak-pihak pendukung agar mampu mengoptimalkan pemberdayaan UMKM dengan sistem digital khususnya dalam bidang administrasi.

3. Bagi masyarakat

Kegunaan penelitian bagi masyarakat diharapkan dapat menjadi contoh atau sumber informasi bagi masyarakat luas tentang pentingnya mendapat manfaat dari mendapatkan pemberdayaan UMKM dalam keberlangsungan usahanya agar dapat mempertahankan eksistensinya.

