

**POINTERS DEPUTI BIDANG USAHA MIKRO
WEBINAR KATADATA “MENUMBUHKAN EKONOMI KREATIF UNTUK UMKM
DI MASA PANDEMI”**

12 Agustus 2021

The poster features the following information:

- Logos:** Katadata, Danone, and AQUA.
- Date and Time:** Kamis, 12 Agustus 2021 • 10:00 - 12:00 WIB
- Title:** MENUMBUHKAN EKONOMI KREATIF UNTUK UMKM INDONESIA
- Speakers (Pembicara):**
 - Sandiaga Uno** (Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia)
 - Connie Ang** (CEO Danone Indonesia)
 - Eddy Satriya** (Deputi Bidang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kementerian Koperasi dan UKM)
 - Najwa Shihab** (Peneliti Harian)
 - Eva Lusiana** (YD Sales Operations Danone-AQUA)
 - Zulaeha** (Dyala UMKM, AQUA Home Service America)
- Live On:** KATADATA INDONESIA
- Moderator:** Puri Anindita
- Organized by:** sisi
- Registration:** Daftar Sekarang <http://tiny.cc/AHSUMKMDanoneIndonesia>

PERTANYAAN 1 (Slide 2,3,4)

1. Pandemi Covid-19 memukul seluruh jenis usaha. Bagaimana kondisi usaha-usaha mikro di Indonesia saat ini?

Penjelasan:

- Sebagai mayoritas pelaku usaha di tanah air, UMKM sangat berperan dalam perekonomian nasional. Lebih dari 64 juta UMKM (lebih dari 64 Juta unit usaha: **98,68% usaha mikro**; 1,22% usaha kecil; 0,09 usaha menengah) berkontribusi 14% terhadap total ekspor non migas, 97% total tenaga kerja dan 61 % total PDB nasional. Dampak negatif dirasakan oleh

berbagai sektor kehidupan terutama kesehatan dan ekonomi. **Disektor ekonomi pelaku UMKM menjadi yang paling terpuakul karena pandemi Covid-19**, terlebih dengan adanya **Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM)** karena aktivitas ekonomi yang terbatas. Implikasinya dan implikasinya terjadi pada usaha atau operasional perdagangan mereka seperti penurunan omset, *asset* dan bahkan penerapan kebijakan internal untuk efisiensi biaya organisasi sampai pada Pemutusan Hubungan Kerja (PHK).

- Data ADB (Oktober 2020) menunjukkan bahwa UMKM mengurangi produksi dan layanan pengiriman karena gangguan permintaan dan pasokan yang juga terkompresi. Sektor Usaha Mikro dan Kecil paling terdampak kondisi keuangannya karena sebagian besar tidak memiliki uang tunai dan tabungan atau uang akan habis dalam satu bulan. Hanya sebagian kecil yang memiliki tabungan (<10%).
- Selain itu, di masa pandemi yang masih berlanjut tahun ini, dari hasil survei UNDP dan LPEM UI (21 Januari 2021) tercatat lebih dari 48% UMKM kesulitan mendapatkan bahan baku, 77% mengalami penurunan pendapatan, 88% mengalami penurunan permintaan produk, kemudian sebanyak 84,6% terkendala pendistribusian produk dan 97% mengalami penurunan nilai *asset*.
- Namun ada suatu *progress* menarik bahwa selama pandemi **UMKM menggunakan berbagai jaringan *marketplace* untuk memasarkan produk**, 40% UMKM menggunakan media sosial, sisanya 38% menggunakan *instan messaging*, 13% *e-commerce* dan 5% *ride hailing* (Mandiri Institute, 30 Juni 2021). Terjadi *trend* perdagangan UMKM yang bertransformasi ke perdagangan *online*. Hal ini menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk *rebound* atau tetap bertahan di masa sulit akibat pandemi Covid-19.

PERTANYAAN 2 (Slide 7-12)

2. Apa saja program dari Pemerintah untuk mendorong pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah serta membantu mereka bertahan di masa pandemi yang masih sulit diramal kapan akan berakhir?

Penjelasan:

- Pemerintah telah mengambil tindakan cepat sejak 2020 dan berlanjut di 2021 untuk menjaga pemulihan dan ketahanan ekonomi UMKM di masa pandemi, baik melalui program PEN untuk stimulus pembiayaannya ataupun dengan program-program reguler pemberdayaan UMKM yang ada di Kementerian Koperasi dan UKM ataupun Kementerian/Lembaga dan hasil kolaborasi dengan *stakeholders* terkait. Program-program tersebut antara lain:

- a. **Penyaluran Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM)** yang dilakukan yang efektif dan tepat sasaran. Untuk tahun ini BPUM disalurkan kepada 12,8 juta usaha mikro dengan total anggaran Rp 15,36 T yang terbagi 2 tahap: a) Tahap I: 9,8 juta penerima dengan anggaran Rp 11,76 T (telah tersalurkan 100%); b) Tahap II: target penyaluran kepada 3 juta penerima dengan anggaran Rp 3,6 T yang akan disalurkan pada bulan Juli s.d Agustus, dan saat ini telah di SK utk sebanyak 2,04 juta pelaku usaha mikro.

Pada 30 Juli 2021 lalu Bapak Presiden telah menyerahkan secara simbolis BPUM tersebut kepada perwakilan pelaku UMKM di halaman Istana Presiden. BPUM diberikan Pemerintah sebagai upaya untuk mendukung keberlangsungan Usaha Mikro dimasa pandemi Covid-19 terutama selama PPKM diberlakukan.

- b. **Penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR).** Realisasi KUR sampai dengan 01 Agustus 2021 sebesar Rp 144,88 Triliun atau 57,12% dari target penyaluran KUR sebesar Rp253,62 triliun. Khusus untuk KUR super Mikro telah terealisasi Rp6.622.531.752.241 dari target Rp41.829.130.000.000 (15,83%) untuk 751.486 debitur. Sedangkan KUR Mikro telah terealisasi Rp89.599.119.242.808 dari target Rp130.954.510.000.000 (68,42%) untuk 2.979.364 debitur.

- c. **Optimalisasi Bantuan Pasca Bencana bagi Usaha Mikro.** Tujuannya untuk memberikan penguatan pasca bencana bagi Usaha Mikro di Wilayah Bencana (target 1.000 usaha mikro). Fokus lokasi: Nusa Tenggara Barat, Sulawesi Tengah, Banten (Pandeglang dan Lebak), Kalimantan Selatan, Sulawesi Barat. Untuk tahun 2021 ini telah tersalurkan sebanyak Rp 700 Juta untuk 350 Usaha Mikro di Kabupaten Mamuju, Kabupaten Majene, dan Kabupaten Pandeglang.
- d. **Transformasi sektor Informal ke sektor formal.** Sebagai bentuk implementasi UU Nomor 11 Tahun 2021 tentang Cipta Kerja dengan turunannya PP Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Kementerian Koperasi dan UKM mendorong pelaku Usaha Mikro informal untuk memiliki legalitas formal (NIB), yang kemudian diarahkan kepada transformasi ke digital. Kemudian, memfasilitasi sertifikasi UMKM seperti jaminan produk halal, pendaftaran merek, percepatan penerbitan ijin edar MD (kerja sama dengan BPOM) dan SPP-IRT (sinergi Dinkes).
- e. **Penyediaan akses promosi dan pemasaran produk KUMKM** melalui: a) Gerakan Bangga Buatan Indonesia (BBI); b) katalog digital/e-brochure; c) **onboarding** produk UMKM melalui Pasar Digital (PaDI); masuknya produk KUMKM di LKPP (Bela Pengadaan & e-Katalog), kolaborasi dengan *marketplace* (*Gojek, Grab, Tokopedia, UMKMLab, dll*) untuk *onboarding* usaha mikro .
- f. **Pengembangan kapasitas SDM UMKM** melalui pelatihan dan pendampingan. Selain *offline*, pelatihan dan pendampingan juga dilakukan dengan mengoptimalkan media *daring/online* yang dapat diakses melalui laman [edukumkm.id.](http://edukumkm.id), webinar series (*Sparc Campus-SMESCO*), literasi digital UMKM, dan lain-lain.
- g. **Fasilitasi Bantuan Hukum dan Konsultasi Usaha.** Dalam kerangka perlindungan bagi usaha mikro dan kecil yang menjadi wujud implementasi PP 7 Tahun 2021, Kementerian Koperasi dan UKM menyediakan fasilitasi dalam bentuk: Penyuluhan Hukum ; Konsultasi

Hukum; Mediasi; Penyusunan Dokumen Hukum; dan Pendampingan di Pengadilan/di dalam Pengadilan.

- Selain itu, Kementerian Koperasi dan UKM melalui unit kerja kami juga **menginisiasi sinergi beberapa kegiatan dan intervensi kebijakan** bersama *stakeholders* terkait untuk membantu pelaku usaha mikro dimasa penanganan darurat Covid-19, seperti:
 - a. **Merekomendasikan Kepada Baznas Program Tanggap Covid-19**, yaitu:
 - a) sebanyak 371 Pengusaha Kuliner (Warteg, Bakso dan Warung Padang) untuk menjadi penyedia paket konsumsi bagi masyarakat yang melakukan isolasi mandiri dirumah akibat terkena Covid-19 melalui Program Tanggap Covid-19 Baznas; dan b) sebanyak 300 Pengusaha Kuliner yang berusaha disekitar lingkungan Kantor Kementerian Koperasi dan UKM untuk memperoleh bantuan donasi mustahik dari Baznas.
 - b. **Program Padat Karya Pengadaan 180.000 Masker** oleh pelaku Umi melalui 10 Agregator, dan di distribusikan kepada pelaku Umi Pedagang Pasar.
 - c. **Program Fasilitasi Penundaan Bayar Sewa bagi UMi** di 10 Titik Rest Area Jalan Tol bekerjasama dengan Pengelola Rest Area dan 8 BUMN Pemberi Pinjaman (Proses Koordinasi).

PERTANYAAN 3 (Slide 2,3,4)

3. Sekitar 99% usaha di Indonesia merupakan Usaha Mikro yang menghidupi banyak sekali keluarga, nanun kontribusinya terhadap perekonomian masih kecil, hanya sekitar 38% dari PDB. Apa persoalan umum yang dihadapi oleh UMKM?

Penjelasan:

Sebagai mayoritas terbesar pelaku usaha dalam struktur ekonomi Indonesia, UMKM merupakan tulang punggung ekonomi nasional sekaligus perputaran ekonomi dalam negeri. Akan tetapi dalam perkembangannya, kelompok usaha ini masih menghadapi permasalahan umum/klasik serta beragam

tantangan dalam pengembangan usahanya. Permasalahan umum yang dihadapi oleh UMKM diantaranya adalah:

- a. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM). Keterbatasan kualitas SDM usaha mikro dan kecil memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen pengelolaan usahanya. Keterbatasan ini pada umumnya disebabkan oleh rendahnya pendidikan, keterampilan, kapasitas kewirausahaan yang belum memadai. Hal ini nampak dari pola bisnis UMKM yang masih berorientasi pada produksi semata tanpa memahami permintaan pasar, serta kurang sentuhan inovasi. Keterbatasan SDM ini pula berdampak pada lemahnya adaptasi, penguasaan dan adopsi teknologi serta kemampuan mengakses berbagai informasi, yang pada gilirannya usaha mikro dan kecil sulit untuk berkembang secara optimal.
- b. Manajemen usaha. Usaha mikro khususnya dalam pengelolaan usahanya masih bersifat tradisional (belum profesional), dimana manajemen usaha dijalankan sangat sederhana dengan pengelolaan keuangan usaha yang juga masih tradisional. Di era digital saat ini, jumlah UMKM yang bisa go online dan menerapkan manajemen berbasis digital masih perlu ditingkatkan, meski dari referensi yang ada sudah 16% atau 10,25 juta pelaku UMKM yang sudah terhubung ke ekosistem digital.

Selain itu, karena pola usahanya bersifat subsisten dan informal (belum/tidak memiliki legalitas usaha) yang berdampak pada inefisiensi usaha. Terkait dengan legalitas ini dalam praktiknya adalah syarat mutlak bagi UMKM dalam menembus akses permodalan di lembaga keuangan dan akses jaringan usaha. Usaha mikro dan kecil yang tidak memiliki legalitas usaha akan kehilangan peluang mengakses sumber daya-sumber daya produktif bagi pengembangan usahanya.

- c. Pembiayaan/Permodalan. Keterbatasan pembiayaan UMKM dihadapkan pada masalah kemampuan modal dan kemampuan mengakses sumber-sumber pembiayaan formal. Keterbatasan usaha mikro dalam mengakses pembiayaan/permodalan terkait dengan kepemilikan legalitas usaha dan juga sistem pendukung dalam manajemen usaha yang terbatas sehingga

belum memadai sesuai dengan tuntutan lembaga penyedia pembiayaan terutama lembaga perbankan.

- d. Produksi dan Pemasaran. Bahan baku, akses informasi pasar dan saluran pemasaran masih terbatas.

Permasalahan aspek produksi dapat disebabkan adanya beberapa kesulitan-kesulitan selama proses produksi, seperti harga bahan baku yang meningkat, bahan baku yang tidak tersedia, pengiriman bahan baku yang lama, dan proses produksi yang menjadi lama. Terutama di masa pandemi ini kesulitan bahan baku dan input produksi lain juga semakin dirasakan, dan ini berimbas pada terhentinya aktivitas produksi.

Persoalan pemasaran dan promosi juga masih menjadi salah satu kendala besar bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan skala bisnisnya di Indonesia. Ini terkait dengan konsistensi dalam menjaga kapasitas produksi dan kualitas produknya serta media pemasaran dan promosi produk yang masih konvensional. Di masa pandemi ini dengan perubahan perilaku konsumen yang bergeser menggunakan *platform* digital/media sosial dalam pemenuhan kebutuhannya, bisa menjadi peluang besar bagi pelaku UMKM untuk menggunakan media digital dalam promosi dan pemasaran produknya.

- e. Akses & Pemanfaatan Teknologi. Belum sepenuhnya UMKM ditangani secara profesional dengan menggunakan teknologi informasi. Terutama usaha mikro umumnya masih menggunakan teknologi tradisional (alat-alat produksi, manajemen bisnis dan komunikasi yang sifatnya manual). Keterbatasan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya jumlah produksi dan efisiensi di dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat serta kesiapan UMKM dalam hal konsistensi produksi. Media promosi dan pemasaran juga masih terbatas. Pelaku usaha mikro informal masih belum terhubung dalam ekosistem digital. Kondisi ini berakibat pada lambat dan sulitnya usaha mikro meningkatkan skala usahanya.

Permasalahan yang dihadapi ini berpengaruh terhadap **rendahnya kontribusi UMKM** dalam rantai nilai global, ekspor, ekonomi digital, rasio kredit, tumbuhnya wirausaha produktif dan mandiri.

Dan untuk permasalahan tersebut, Pemerintah tentu tidak menutup mata, melalui sinergi dan kolaborasi Kementerian/Lembaga, Pemerintah Daerah, perguruan tinggi dan berbagai *stakeholders* terus berupaya meningkatkan kemandirian, ketahanan dan daya saing UMKM.
